SENATE SÉNAT

CANADA

First Session
Forty-second Parliament, 2015-16-17-18

*Proceedings of the Standing Senate Committee on*

# AGRICULTURE AND FORESTRY

*Chair:*
The Honourable DIANE F. GRIFFIN

Thursday, June 7, 2018
Thursday, June 14, 2018

Issue No. 54

*Seventh and eighth meetings:*

Study on how the value-added food sector can be more competitive in global markets

WITNESSES:
(*See back cover*)

Première session de la
quarante-deuxième législature, 2015-2016-2017-2018

*Délibérations du Comité sénatorial permanent de l'*

# AGRICULTURE ET DES FORÊTS

*Présidente :*
L'honorable DIANE F. GRIFFIN

Le jeudi 7 juin 2018
Le jeudi 14 juin 2018

Fascicule nº 54

*Septième et huitième réunions :*

Étude sur la manière dont le secteur alimentaire à valeur ajoutée peut être plus compétitif sur les marchés globaux

TÉMOINS :
(*Voir à l'endos*)

54155-54174

## STANDING SENATE COMMITTEE ON AGRICULTURE AND FORESTRY

The Honourable Diane F. Griffin, *Chair*

The Honourable Ghislain Maltais, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

| | |
|---|---|
| Ataullahjan | Mercer |
| Black (*Ontario*) | Oh |
| Dagenais | Petitclerc |
| * Day (or Mercer) | * Smith (or Martin) |
| Doyle | Woo |
| Gagné | * Woo (or Saint-Germain) |
| * Harder, P.C. (or Bellemare) (or Mitchell) | |

*Ex officio members

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 12-5 and to the order of the Senate of November 7, 2017, membership of the committee was amended as follows:

The Honourable Senator Woo replaced the Honourable Senator Marwah (*June 7, 2018*).

The Honourable Senator Marwah replaced the Honourable Senator Woo (*June 6, 2018*).

## COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DE L'AGRICULTURE ET DES FORÊTS

*Présidente :* L'honorable Diane F. Griffin

*Vice-président :* L'honorable Ghislain Maltais

et

Les honorables sénateurs :

| | |
|---|---|
| Ataullahjan | Mercer |
| Black (*Ontario*) | Oh |
| Dagenais | Petitclerc |
| * Day (ou Mercer) | * Smith (ou Martin) |
| Doyle | Woo |
| Gagné | * Woo (ou Saint-Germain) |
| * Harder, C.P. (ou Bellemare) (ou Mitchell) | |

* Membres d'office

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité :*

Conformément à l'article 12-5 du Règlement et à l'ordre adopté par le Sénat le 7 novembre 2017, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

L'honorable sénateur Woo a remplacé l'honorable sénateur Marwah (*le 7 juin 2018*).

L'honorable sénateur Marwah a remplacé l'honorable sénateur Woo (*le 6 juin 2018*).

Published by the Senate of Canada
Available on the Internet: http://www.parl.gc.ca

Publié par le Sénat du Canada
Disponible sur internet : http://www.parl.gc.ca

## MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Thursday, June 7, 2018
(110)

*[English]*

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8 a.m., in room 2, Victoria Building, the deputy chair, the Honourable Ghislain Maltais, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Ataullahjan, Black (*Ontario*), Dagenais, Doyle, Gagné, Griffin, Maltais, Marwah, Mercer and Oh (10).

*In attendance:* Aïcha Coulibaly and Corentin Bialais, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

*Also present:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, February 15, 2018, the committee continued its study on how the value-added food sector can be more competitive in global markets. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 47.*)

*WITNESSES:*

*Canada Pork International:*

Martin Lavoie, President and Chief Executive Officer.

*Canadian Pork Council:*

Gary Stordy, Director, Government and Corporate Affairs.

*Canadian Vintners Association:*

Dan Paszkowski, President and Chief Executive Officer.

*Spirits Canada:*

Jan Westcott, President and Chief Executive Officer;

CJ Hélie, Executive Vice President.

The deputy chair made a statement.

Mr. Lavoie and Mr. Stordy made statements and answered questions.

At 9:02 a.m., the committee suspended.

At 9:07 a.m., the committee resumed, the chair, the Honourable Diane F. Griffin, presiding.

Mr. Paszkowski and Mr. Westcott made statements and, together with Mr. Hélie, answered questions.

At 9:57 a.m., the committee suspended.

At 10:01 a.m., pursuant to rule 12-16(1)(d), the committee resumed in camera to consider a draft report.

At 10:09 a.m., the committee adjourned to the call of the chair.

*ATTEST:*

## PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le jeudi 7 juin 2018
(110)

*[Traduction]*

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 heures, dans la pièce 2 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Ghislain Maltais (*vice-président*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Ataullahjan, Black (*Ontario*), Dagenais, Doyle, Gagné, Griffin, Maltais, Marwah, Mercer et Oh (10).

*Également présents :* Aïcha Coulibaly et Corentin Bialais, analystes, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 15 février 2018, le comité poursuit son étude sur la manière dont le secteur alimentaire à valeur ajoutée peut être plus compétitif sur les marchés globaux. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n<sup>o</sup> 47 des délibérations du comité.*)

*TÉMOINS :*

*Canada Porc International :*

Martin Lavoie, président et chef de la direction.

*Conseil canadien du porc :*

Gary Stordy, directeur, Affaires gouvernementales et corporatives.

*Association des vignerons du Canada :*

Dan Paszkowski, président et chef de la direction.

*Spirits Canada :*

Jan Westcott, président et chef de la direction;

CJ Hélie, vice-président exécutif.

Le vice-président prend la parole.

MM. Lavoie et Stordy font des déclarations et répondent aux questions.

À 9 h 2, la séance est suspendue.

À 9 h 7, la séance reprend, sous la présidence de l'honorable Diane F. Griffin (*présidente*).

MM. Paszkowski et Westcott font des déclarations et, avec M. Hélie, répondent aux questions.

À 9 h 57, la séance est suspendue.

À 10 h 1, conformément à l'article 12-16(1)d) du Règlement, la séance reprend à huis clos afin que le comité examine une ébauche de rapport.

À 10 h 9, la séance est levée jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

OTTAWA, Thursday, June 14, 2018
(111)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8:01 a.m., in room 2, Victoria Building, the chair, the Honourable Diane F. Griffin, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Black (*Ontario*), Dagenais, Doyle, Gagné, Griffin, Maltais, Mercer, Oh, Petitclerc and Woo (10).

*In attendance:* Frédéric Forge and Corentin Bialais, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

*Also present:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, February 15, 2018, the committee continued its study on how the value-added food sector can be more competitive in global markets. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 47.*)

*WITNESSES:*

*The Conference Board of Canada:*

Jean-Charles Le Vallée, Associate Director, Food Horizons Canada.

*Canadian Agri-Food Policy Institute:*

Donald Buckingham, President and Chief Executive Officer;

Tulay Yildirim, Director of Research.

*Canadian Federation of Independent Business:*

Corinne Pohlmann, Senior Vice President, National Affairs and Partnerships.

The chair made a statement.

Mr. Le Vallée and Mr. Buckingham made statements and, together with Ms. Yildirim, answered questions.

At 9:08 a.m., the committee suspended.

At 9:12 a.m., the committee resumed.

Ms. Pohlmann made a statement and answered questions.

At 9:44 a.m., the committee suspended.

At 9:45 a.m., the committee, pursuant to rule 12-16(1)(d), resumed in camera to consider a draft agenda (future business).

At 9:50 a.m., the committee adjourned to the call of the chair.

*ATTEST:*

OTTAWA, le jeudi 14 juin 2018
(111)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 h 1, dans la pièce 2 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Diane F. Griffin (*présidente*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Black (*Ontario*), Dagenais, Doyle, Gagné, Griffin, Maltais, Mercer, Oh, Petitclerc et Woo (10).

*Également présents :* Frédéric Forge et Corentin Bialais, analystes, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 15 février 2018, le comité poursuit son étude sur la manière dont le secteur alimentaire à valeur ajoutée peut être plus compétitif sur les marchés globaux. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n<sup>o</sup> 47 des délibérations du comité.*)

*TÉMOINS :*

*Conference Board du Canada :*

Jean-Charles Le Vallée, directeur associé, Horizons alimentaires Canada.

*Institut canadien des politiques agroalimentaires :*

Donald Buckingham, président et chef de la direction;

Tulay Yildirim, directrice de recherche.

*Fédération canadienne de l'entreprise indépendante :*

Corinne Pohlmann, vice-présidente principale, Affaires nationales et partenariats.

La présidente prend la parole.

MM. Le Vallée et Buckingham font des déclarations et, avec Mme Yildirim, répondent aux questions.

À 9 h 8, la séance est suspendue.

À 9 h 12, la séance reprend.

Mme Pohlmann fait une déclaration et répond aux questions.

À 9 h 44, la séance est suspendue.

À 9 h 45, conformément à l'article 12-16(1)d) du Règlement, la séance reprend à huis clos afin que le comité examine un projet d'ordre du jour (travaux futurs).

À 9 h 50, la séance est levée jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

*Le greffier du comité,*

Kevin Pittman

## EVIDENCE

OTTAWA, Thursday, June 7, 2018

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8 a.m. to continue its study on how the value-added food sector can be more competitive in global markets.

**Senator Ghislain Maltais** (*Deputy Chair*) in the chair.

[*Translation*]

**The Deputy Chair:** Welcome to the Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry. Good morning, everyone.

This morning, we have the privilege of having Gary Stordy, Director of Government and Corporate Affairs at the Canadian Pork Council, as well as Martin Lavoie, President and CEO of Canada Pork International. Welcome to you both.

Before getting started, let me introduce myself, Ghislain Maltais, deputy chair of the committee. I will be chairing the meeting today. I will now ask the senators to introduce themselves.

[*English*]

**Senator Mercer:** Senator Terry Mercer from Nova Scotia.

**Senator R. Black:** Senator Rob Black from Ontario.

**Senator Marwah:** Sabi Marwah, Ontario.

**Senator Oh:** Victor Oh, Ontario.

**Senator Doyle:** Norman Doyle, Newfoundland and Labrador.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** Jean-Guy Dagenais from Quebec.

**The Deputy Chair:** Here are a few recommendations before we start. We scheduled one hour for our meeting, so, the shorter your presentations, the more questions the senators will be able to ask you. I would ask the senators to be disciplined and to ask brief questions, and the witnesses to give brief answers if possible, so that we can have at least two rounds of questions.

The floor is yours, Mr. Stordy.

## TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le jeudi 7 juin 2018

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 heures, afin de poursuivre son étude sur la manière dont le secteur alimentaire à valeur ajoutée peut être plus compétitif sur les marchés globaux.

**Le sénateur Ghislain Maltais** (*vice-président*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

**Le vice-président :** Bienvenue au Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts. Bonjour à tous.

Ce matin, nous avons le privilège de recevoir M. Gary Stordy, directeur des Affaires gouvernementales et corporatives au Conseil canadien du porc, ainsi que M. Martin Lavoie, président et chef de la direction chez Canada porc international. Bienvenue à vous deux.

Avant de débuter, permettez-moi de me présenter, Ghislain Maltais, vice-président du comité. Je présiderai la réunion aujourd'hui. Je demanderais maintenant aux sénateurs de se présenter.

[*Traduction*]

**Le sénateur Mercer :** Sénateur Terry Mercer, de la Nouvelle-Écosse.

**Le sénateur R. Black :** Sénateur Rob Black, de l'Ontario.

**Le sénateur Marwah :** Sabi Marwah, de l'Ontario.

**Le sénateur Oh :** Victor Oh, de l'Ontario.

**Le sénateur Doyle :** Norman Doyle, de Terre-Neuve-et-Labrador.

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** Jean-Guy Dagenais, du Québec.

**Le vice-président :** Voici quelques recommandations avant de commencer : nous avons prévu une durée d'une heure pour notre rencontre et, plus votre présentation sera courte, plus les sénateurs pourront vous poser des questions. Je demanderais aux sénateurs de se discipliner et de poser de courtes questions, et aux témoins, de donner de courtes réponses si possible, afin que nous puissions prévoir au moins deux rondes de questions.

Monsieur Stordy, la parole est à vous.

*[English]*

**Gary Stordy, Director, Government and Corporate Affairs, Canadian Pork Council:** Good morning. I'd like to thank you for the opportunity to appear before the committee today to provide the perspective of the Canadian pork producers across Canada. Rick Bergman, our producer chair from Manitoba, sends his regrets. He wanted to be here, but family matters kept him at home.

The meat industry is, by far, the largest component of this country's food processing sector.

Our producers raise animals from coast to coast, with the largest pork production and processing facilities clustered in Quebec, Ontario and Manitoba. Direct farm-gate sales of Canadian pork in 2016 totalled $4.1 billion and created over 31,000 farm jobs across Canada.

The pork industry is a major contributor to Canada's GDP. Food processing creates more jobs than any other segment of the Canadian manufacturing sector. Providing employment for 65,000 workers, meatpacking and processing plants are often either the primary or major employer in towns and cities located across Canada.

Mr. Chair, members of the committee are no doubt aware that export markets are absolutely critical to the current and future prosperity of the Canadian livestock and meat sector. Meat processors and exporters must identify foreign markets for more than 70 per cent of what our producers produce here in Canada. That 70 per cent is both for the meat, which Martin Lavoie certainly has responsibility for, moving Canadian pork overseas, but that also includes live animals that are shipped into the United States.

Therefore, it should not be surprising that pork producers have been ardent and steadfast supporters of all initiatives that contribute to opening new markets and expanding access to existing markets.

The Canadian Pork Council and producers welcomed the news that the CPTPP legislation will be presented to the House of Commons before it rises for the summer. Because of improved access to key markets like Japan, the Canadian pork producers can keep doing what they do best, knowing that their livelihood, and that of thousands of other Canadians in rural and urban communities who work in the pork industry, is supported by the latest agreement.

Producers take pride in providing consumers with a healthy, safe and affordable food supply. Producers demonstrate this commitment by voluntarily participating in the Canadian Pork

*[Traduction]*

**Gary Stordy, directeur, Affaires gouvernementales et corporatives, Conseil canadien du porc :** Bonjour. Je voudrais vous remercier de me donner la possibilité de comparaître devant le comité aujourd'hui afin de présenter le point de vue des éleveurs de porc canadiens de partout au pays. Rick Bergman, notre président de la production du Manitoba, vous transmet ses excuses. Il voulait se présenter, mais des affaires familiales l'ont retenu chez lui.

L'industrie de la viande est de loin le segment le plus important du secteur de la transformation du pays.

Nos producteurs élèvent des animaux dans l'ensemble du pays, et les plus grandes installations de production et de transformation de porc sont regroupées au Québec, en Ontario et au Manitoba. Les ventes de porc canadien directement de la ferme se sont élevées en 2016 à 4,1 milliards de dollars au total et ont créé plus de 31 000 emplois agricoles partout au Canada.

L'industrie porcine apporte une contribution majeure au PIB du Canada. La transformation alimentaire crée plus d'emplois que tout autre segment du secteur manufacturier canadien. Les usines d'empaquetage et de transformation des viandes, qui fournissent un emploi à 65 000 travailleurs, sont des employeurs principaux ou majeurs dans de petites et grandes villes situées partout au Canada.

Monsieur le président, les membres du comité savent sans doute que les marchés d'exportation sont absolument essentiels à la prospérité actuelle et à venir du secteur canadien du bétail et de la viande. Les transformateurs et les exportateurs de viande doivent trouver des marchés étrangers pour plus de 70 p. 100 des produits fabriqués ici, au Canada. Ces 70 p. 100 englobent la viande — à l'égard de laquelle Martin Lavoie a certainement une responsabilité —, le porc canadien envoyé à l'étranger, ainsi que les animaux vivants qui sont expédiés vers les États-Unis.

Par conséquent, il ne devrait pas être surprenant que les éleveurs de porc soient d'ardents et constants défenseurs de toutes les initiatives qui contribuent à ouvrir de nouveaux marchés et à élargir l'accès aux marchés existants.

Le Conseil canadien du porc et les producteurs ont accueilli favorablement la nouvelle selon laquelle le projet de loi ratifiant le PTPGP sera présenté à la Chambre des communes avant sa pause estivale. Grâce à un accès amélioré à des marchés clés, comme celui du Japon, les éleveurs de porc canadiens pourront continuer de faire ce qu'ils font le mieux, en sachant que leur gagne-pain et celui de milliers d'autres canadiens des collectivités rurales et urbaines qui travaillent dans l'industrie porcine seront soutenus par le dernier accord.

Les producteurs sont fiers de fournir aux consommateurs un approvisionnement en aliments sains, salubres et abordables. Ils témoignent de cet engagement en participant volontairement à la

Excellence platform. This platform, developed by producers for producers to use on their farms, adds value to Canadian pork and allows the industry to be more competitive in global markets.

The food safety component of CPE, called PigSAFE, is based on the HACCP management system and provides global customers the assurance that Canadian pork is of the highest quality and a safe product. It provides assurance that the on-farm food-safety-related issues are addressed. It provides the foundation for the implementation of the Canadian Ractopamine-Free Pork Certification Program, which enables product to be exported to China, a market of well over $600 million last year.

The pork industry's food safety program has a long history, and the first version of the program rolled out over 20 years ago and helped the industry secure existing customers and develop new ones, such as the $1 billion Japanese market, where food-safety assurance is critical for access.

The animal component of CPE, PigCARE, reflects the introduction of the 2014 code of practice for how pigs should be handled and raised on farms. The code of practice is credible and broadly recognized by government and industry stakeholders as being reflective of the common industry standards. It is our engagement, as an industry, to reflect the animal care practices outlined in the code. By us adhering to this code, public trust and consumer confidence are elevated.

Traceability, the last component of the CPE, PigTRACE, enables the traceability of live animals as an added value to customers. PigTRACE will enable our industry to better manage a potential disease outbreak. Improved response time reduces the economic impact on the industry and avoids costly market disruptions. By quickly containing problems in this way, the pork industry has a better chance of returning to business in a shorter period of time than it would normally without a traceability system.

PigTRACE, operating in conjunction with a strong on-farm biosecurity protocol, gives the Canadian pork industry a competitive edge by offering buyers and importing countries improved production security that is resilient to market disruptions resulting from disease or food-safety problems. This improved security offers pork buyers peace of mind in knowing that they are sourcing pork from one of the most secure supply chains in the world. Canada is one of only a few countries to initiate a national swine traceability system. By being one of the first countries to initiate a program, Canada is securing our position as a global leader.

plateforme Excellence du porc canadien. Cette plateforme élaborée par des éleveurs à des fins d'utilisation à la ferme, produit une valeur ajoutée pour le porc canadien et permet à l'industrie d'être plus concurrentielle sur les marchés mondiaux.

Le volet salubrité alimentaire de l'EPC, appelé PorcSALUBRITÉ, est fondé sur le système de gestion HACCP et procure aux consommateurs mondiaux l'assurance que le porc canadien est de la plus haute qualité et qu'il s'agit d'un produit salubre. Il garantit que les problèmes liés à la salubrité alimentaire à la ferme sont réglés. Il constitue le fondement de la mise en œuvre du Programme canadien de certification des porcs exempts de ractopamine, ce qui permet au produit d'être exporté vers la Chine, un marché s'étant élevé à bien plus de 600 millions de dollars l'an dernier.

Le programme de salubrité alimentaire de l'industrie porcine a une longue histoire, et la première version du programme a été déployée il y a plus de 20 ans et a aidé l'industrie à obtenir ses consommateurs actuels et à en acquérir de nouveaux, comme le marché japonais, qui vaut 1 milliard de dollars et dont l'accès est assujetti à l'assurance de la salubrité alimentaire.

Le volet animal de l'EPC — PorcBIEN-ÊTRE — reflète l'adoption du code de pratique de 2014 concernant la façon dont les porcs devraient être traités et élevés à la ferme. Le code de pratique est crédible et largement reconnu par les intervenants du gouvernement et de l'industrie comme reflétant les normes courantes de l'industrie. Nous nous engageons, en tant qu'industrie, à appliquer les pratiques de soins des animaux décrites dans le code. Notre adhésion à ce code accroît la confiance du public et des consommateurs.

Le dernier volet de l'EPC — PorcTracé — permet la traçabilité des animaux vivants, ce qui produit une valeur ajoutée pour les consommateurs. PorcTracé permettra à notre industrie de mieux gérer une éclosion de maladie potentielle. Les délais d'intervention améliorés réduisent les conséquences économiques sur l'industrie et permettent d'éviter de coûteuses perturbations du marché. En limitant ainsi rapidement les problèmes, l'industrie porcine a de meilleures chances de reprendre ses activités en une plus courte période qu'elle en aurait normalement sans système de traçabilité.

PorcTracé, qui fonctionne conjointement avec un solide protocole de biosécurité à la ferme, procure à l'industrie porcine canadienne un avantage concurrentiel en offrant aux acheteurs et aux pays importateurs des mesures de sécurité de la production améliorées qui rendent le secteur résilient aux perturbations du marché découlant de maladies ou de problèmes liés à la salubrité des aliments. Cette sécurité améliorée procure aux acheteurs de porc une tranquillité d'esprit quant au fait que leur porc provient de l'une des chaînes d'approvisionnement les plus sécuritaires au monde. Le Canada compte parmi seulement quelques pays à avoir lancé un système national de traçabilité du porc. Comme il

fait partie des premiers pays à avoir lancé un programme, le Canada se taille une place en tant que chef de file mondial.

I would like to take a moment to touch base on innovation. We are pleased that the Canadian government has focused on this area. Thanks to the AgriScience Program, hog producers will be able to contribute to their long-term partnership with Agriculture and Agri-Food Canada in utilizing research to address the fundamental changes in our industry.

Je voudrais prendre un instant pour aborder l'innovation. Nous sommes heureux que le gouvernement canadien se soit concentré sur ce domaine. Grâce au programme Agri-science, les éleveurs de porc pourront contribuer à leur partenariat à long terme avec Agriculture et Agroalimentaire Canada en utilisant la recherche pour aborder les changements fondamentaux dans notre industrie.

Our research efforts are quarterbacked by Swine Innovation Porc. They operate from an office in Quebec City and facilitate research in the Canadian swine sector. Their main objective is to enhance the profitability and environmental sustainability of the Canadian pork industry by supporting the development of the most innovative technologies that will benefit the entire pork value chain.

Nos efforts de recherche sont dirigés par Swine Innovation Porc, qui a son siège social à Québec et qui favorise les activités de recherche dans le secteur porcin canadien. Son principal objectif consiste à accroître la rentabilité et le développement durable au sein de l'industrie porcine canadienne en appuyant la mise au point des technologies les plus novatrices possible qui profiteront à l'ensemble de la chaîne de valeur du porc.

While the pork sector has benefited greatly from the science cluster, we are limited in resources that we can bring to the table. In 2016, the CPC completed the public process to establish a promotion and research agency. Creating this agency would provide producers with a new source of industry funds that could be used to expand our innovation program. This agency is absolutely critical to our future improvements. We look forward to the Canadian government completing the review of our application and taking the measures necessary to establish this agency.

Même si le secteur du porc a grandement profité des grappes agroscientifiques, les ressources que nous pouvons mettre à contribution sont limitées. En 2016, le CCP a mené à bien le processus public de création d'un organisme de promotion et de recherche. Les éleveurs auraient ainsi accès à une nouvelle source de financement de l'industrie qui pourrait servir à élargir notre programme d'innovation. Cet organisme est absolument essentiel à nos améliorations à venir. Nous avons hâte que le gouvernement canadien termine l'examen de notre demande et prenne les mesures nécessaires pour établir cet organisme.

Before I wrap up, Mr. Chair, hog producers and processors benefit from being competitive with global competitors and having improved market access. However, we can't forget the impact this has on Canadians. Studies regularly show that the top concerns of Canadian consumers are the rising cost of food and keeping healthy food affordable. A globally competitive Canadian pork industry will ensure that Canadians have access to locally produced, high-quality, competitively priced pork and pork products. However, we can't meet this expectation if we are locked into the domestic market, and we look forward to future trade agreements being completed.

Avant de conclure, monsieur le président, les éleveurs de porc et les transformateurs profitent de leur capacité de soutenir la concurrence à l'échelle mondiale et d'un accès amélioré au marché. Toutefois, nous ne pouvons pas oublier les conséquences de cette situation sur les Canadiens. Des études montrent régulièrement que le coût croissant des aliments compte parmi les principales préoccupations des consommateurs canadiens et qu'ils veulent que les aliments sains restent abordables. Une industrie porcine canadienne concurrentielle à l'échelle mondiale garantira que les Canadiens ont accès à du porc et à des produits dérivés de grande qualité, produits à l'échelon local et à un prix concurrentiel. Toutefois, nous ne pourrons pas répondre à cette attente si nous sommes restreints au marché intérieur, et nous avons hâte que d'autres accords commerciaux soient conclus dans l'avenir.

I'd like to thank the committee for the invitation to appear before you today and for your attention. I'd be pleased to answer any questions.

Je voudrais remercier le comité de l'invitation à comparaître aujourd'hui et de son attention. Je serai heureux de répondre à toutes vos questions.

[*Translation*]

[*Français*]

**The Deputy Chair:** Thank you very much, Mr. Stordy.

**Le vice-président :** Merci beaucoup, monsieur Stordy.

The floor is yours, Mr. Lavoie.

La parole est à vous, monsieur Lavoie.

[*English*]

**Martin Lavoie, President and Chief Executive Officer, Canada Pork International:** On behalf of Canada Pork International and our members, I want to thank you for the opportunity to be here today and to talk about the expansion of processed product and value-added product in the pork-export business.

Canada Pork International was established in 1991. We are the export development agency of the Canadian pork industry, so we are now managing the promotion of the domestic market and international market. We are a joint venture of the Canadian Pork Council, representing the hog farmers — Gary represents this organization — and the Canadian Meat Council representing the pork packers and traders in Canada.

The Canadian pork industry exports over $4 billion every year in export to over 100 different countries. To give you a representation of the volume we're doing, this is 50,000 sea containers every year that we are exporting. Pork is the largest meat industry in Canada, and we're generating a lot of economic activities.

What I decided to do for this presentation is to actually just take the three main topics that you had in the invitation and just talk about them.

First, the competitive advantage of value-added in the Canadian pork industry. I think it's important to understand what value-added is in the Canadian pork industry.

We have value-added products, taking ham, making cooked ham, bacon, sausages, cold cuts and processed product. This is one way to do it. In exports, right now, this only represents, out of $4 billion, $320 million. A big share of that is actually not even processed products; it's some ways to ship raw material to Japan. That accounts for large volumes. Canada is a bit underdeveloped as far as exports of processed products.

The biggest item for Canadian pork exports in value-added is chilled pork. Chilled pork means cuts, loins, tenderloins and bellies. With the process and dedication of our exporter, we're able to manage to have a 60-day shelf life. This is why we have chilled pork exports to Japan, and we're very successful. Canada has half of the fresh import market share in Japan, and this is the bulk of the value-added in the Canadian pork industry.

[*Traduction*]

**Martin Lavoie, président et chef de la direction, Canada Porc international :** Au nom de Canada Porc international et de ses membres, je veux vous remercier de la possibilité de me présenter aujourd'hui pour aborder l'expansion des produits transformés et des produits à valeur ajoutée dans le secteur de l'exportation du porc.

Canada Porc international a été établi en 1991. Nous sommes l'organisme de développement des exportations de l'industrie porcine canadienne, alors nous gérons maintenant la promotion du marché intérieur et du marché international. Nous sommes une filiale commune du Conseil canadien du porc, qui représente les éleveurs de porc — Gary provient de cette organisation —, et du Conseil des viandes du Canada, qui représente les emballeurs et les vendeurs de porc du Canada.

L'industrie porcine canadienne exporte plus de 4 milliards de dollars de porc chaque année vers plus de 100 pays différents. Pour vous donner une idée du volume de nos activités, nous exportons 50 000 conteneurs maritimes par année. Le porc est la première industrie de la viande en importance au Canada, et elle génère beaucoup d'activités économiques.

Pour mon exposé, j'ai décidé de simplement aborder les trois principaux sujets qui figuraient dans votre invitation.

D'abord, concernant l'avantage concurrentiel de la valeur ajoutée au sein de l'industrie porcine canadienne, je pense qu'il importe que l'on comprenne ce qu'est la valeur ajoutée au sein de cette industrie.

Nous avons des produits à valeur ajoutée; nous prenons du jambon pour faire du jambon cuit, du bacon, des saucisses, des viandes froides et des produits transformés. Il s'agit d'une façon de procéder. Du point de vue des exportations, actuellement, ces produits ne représentent que 320 millions de dollars sur 4 milliards de dollars. Une grande part de cet argent n'est même pas liée aux produits transformés; ce sont des moyens d'expédier la matière brute vers le Japon. Ces activités comptent pour de gros volumes. Le Canada est un peu sous-développé en ce qui a trait aux exportations de produits transformés.

L'article le plus important en ce qui concerne les exportations de porc canadien, du point de vue de la valeur ajoutée, c'est le porc réfrigéré. Il s'agit notamment de coupes, de longes, de filets et de flans. Grâce au processus que suivent nos exportateurs et à leur dévouement, nous pouvons nous débrouiller pour obtenir une durée de conservation de 60 jours. Voilà pourquoi nous exportons du porc réfrigéré vers le Japon et que nous connaissons beaucoup de succès. Le Canada possède la moitié de la part du marché de l'importation de porc frais au Japon, et il s'agit du gros de la valeur ajoutée dans l'industrie porcine canadienne.

I'd like to talk about value-added in the sense of adding value to the carcass. To me, if we're having access and we're working to have the best access and the best market opportunity on every single piece or cut of pork, this is really adding value to the industry. For example, if we're able to ship the heads to China at $1.50 a kilo and our second-best option is 75 cents in the other market, this creates as much value as doing fancy products. This is another area that is interesting to understand where we're adding value as an organization and as an industry.

Je voudrais aborder la valeur qui peut être ajoutée à la carcasse. À mes yeux, si nous avons accès aux marchés et que nous travaillons dans le but d'obtenir le meilleur accès et les meilleures occasions commerciales relativement à chacun des morceaux ou à chacune des coupes de porc, nous apportons réellement une valeur ajoutée à l'industrie. Par exemple, si nous pouvons expédier les têtes vers la Chine à 1,50 $ le kilo et que notre deuxième meilleure option est 75 cents sur l'autre marché, la valeur ainsi ajoutée est équivalente à celle des produits de luxe. Il s'agit d'un autre domaine qui est intéressant pour ce qui est de comprendre où nous apportons une valeur ajoutée en tant qu'organisation et en tant qu'industrie.

There's also an opportunity to work on value-added at the farm level. If you're having specific breeds, some Berkshire pork, some specific Japanese genetics, you will add value to the product. It is the same thing for the feeding. If you have an ABF program or organic product, this is a different way to add value, and not just at the plant or marketing level.

Nous avons aussi l'occasion de travailler à produire de la valeur ajoutée à la ferme. Si vous avez des races particulières, comme du porc Berkshire ou du porc qui présente certaines caractéristiques génétiques propres au Japon, vous apportez une valeur ajoutée. C'est la même chose pour les aliments du bétail. Si vous avez un programme sans antibiotiques ou un produit biologique, c'est une autre façon d'apporter une valeur ajoutée, et pas seulement à l'échelon de l'usine ou du marketing.

Canada has a lot of competitive advantages when it comes to value-added product. We're certainly known for quality. Our exporters are dedicated. You can't achieve 60 days of shelf life on product if you haven't worked every single aspect of the value chain. If you miss just one, the product will not be suitable at the end. We have the flexibility. We have smaller plants that can adjust to embrace the value-added approach. We have brand reputation. We have excellent credibility of our inspection services with CFIA. Like I said, we have smaller plants and flexibility.

Le Canada compte beaucoup d'avantages concurrentiels en ce qui concerne la valeur ajoutée des produits. Nous sommes certainement reconnus pour la qualité. Nos exportateurs sont dévoués. On ne peut pas obtenir une durée de conservation de 60 jours d'un produit si on n'a pas travaillé sur chacun des aspects de la chaîne de valeur. Si on en manque seulement un, le produit ne sera pas convenable, au bout du compte. Nous avons la souplesse nécessaire. Nos usines sont petites et peuvent s'adapter afin d'adopter l'approche relative à la valeur ajoutée. Nous avons une réputation de marque. La crédibilité de nos services d'inspection fournis par l'ACIA est excellente. Comme je l'ai dit, nous disposons de petites usines et d'une certaine souplesse.

Basically, for the chilled pork, we have key advantages, which is again the quality of the product and the know-how. There's not a lot of countries, aside from the U.S., who can manage to have the chilled pork exports. This is 30 years of experience of continuous improvement. I've been in the industry for 20 years, and I've seen the number of days of shelf life going up because guys keep on pushing themselves. We work as an organization through benchmarking to make sure that they always increase the level of quality.

Essentiellement, dans le cas du porc réfrigéré, nous jouissons d'avantages clés, lesquels sont — encore une fois — la qualité du produit et le savoir-faire. À l'exception des États-Unis, peu de pays peuvent se débrouiller pour exporter du porc réfrigéré. C'est le résultat de 30 années d'expérience et d'amélioration continue. Je suis dans l'industrie depuis 20 ans, et j'ai vu le nombre de jours de conservation augmenter parce que les responsables n'arrêtent pas de se dépasser. En tant qu'organisation, nous travaillons sur des analyses comparatives afin de nous assurer que la qualité augmente toujours.

Our geographical situation helps a lot. Right now, for the Japanese market, we're protected from European exports. They can't get there in time and have enough shelf life left. For the key export markets for chilled, like Japan, Korea and China, which is opening soon — I think this has just opened as a follow-up of the Prime Minister's mission last fall — these are also great opportunities coming ahead of us.

Notre situation géographique nous est très utile. Actuellement, en ce qui concerne le marché japonais, nous sommes protégés des exportations européennes. Les produits européens ne peuvent pas se rendre jusque dans ce pays assez rapidement pour qu'il leur reste encore une durée de conservation suffisante. Pour ce qui est des marchés d'exportation clés de porc réfrigéré, comme le Japon, la Corée et la Chine, qui s'ouvrira bientôt — je pense que ce marché vient tout juste de s'ouvrir à la suite de la mission

menée par le premier ministre l'automne dernier —, d'excellentes occasions nous attendent également.

On processed products, hams and sausage, Canada right now is lagging behind. We're the leader in fresh, chilled meat. Our main competitors are Europe and the U.S.. The U.S. has a dynamic volume with some brands, Johnsonville, that you will find in pretty much every country in the world. Europe has the ability, with their regional specialties, like the Serrano ham, the Italian product, to be able to sell internationally on some specific niche market high-value products. That's also part of hundreds of years of doing a product a certain way, and there's international recognition for that.

En ce qui concerne les produits transformés — le jambon et les saucisses —, actuellement, le Canada accuse du retard. Nous sommes le chef de file dans le domaine de la viande fraîche réfrigérée. Nos principaux concurrents sont l'Europe et les États-Unis. L'offre des États-Unis est dynamique et comprend des marques — Johnsonville — que vous trouverez dans pas mal tous les pays du monde. L'Europe a la capacité, grâce à ses spécialités régionales, comme le jambon serrano — le produit italien —, d'effectuer à l'étranger des ventes de produits de grande valeur sur des marchés à créneau précis. Il s'agit également en partie de centaines d'années à avoir fait un produit d'une certaine manière, et il y a une reconnaissance internationale à cet égard.

Point two is the capacity to generate value-added product in order to meet global consumer demand while remaining competitive in Canada. Canada has all it takes to increase or further develop our value-added. As I mentioned, we're already leaders in chilled pork, and we think with CPTPP, with the opportunities in China, we have tremendous opportunity to grow that. Our industry has not grown that much in recent years in volume, but we've grown our business in value. We're able to transform frozen meat into chilled meat and add value this way. There's further growth to be done. Quite frankly, the Canadian pork industry is exporting 70 per cent of its production, so exports, value-added, is actually the only way to remain competitive. If we lose that, we will become extremely uncompetitive. In our case, I think it really helps to become competitive. We're facing competition from the U.S. in our domestic market, and also products from Europe. This is the way to remain competitive and make sure our companies are successful and profitable.

L'autre élément est la capacité de générer un produit à valeur ajoutée dans le but de répondre à la demande des consommateurs mondiaux, tout en demeurant concurrentiels au Canada. Le pays a tout ce qu'il faut pour accroître ou améliorer davantage sa valeur ajoutée. Comme je l'ai mentionné, nous sommes déjà des chefs de file dans le domaine du porc réfrigéré, et nous pensons que, grâce au PTPGP et aux possibilités d'échanges commerciaux avec la Chine, nous aurons une occasion exceptionnelle de renforcer cette position. Notre industrie n'a pas pris tellement d'expansion au cours des dernières années, du point de vue du volume, mais notre valeur commerciale a augmenté. Nous sommes en mesure de transformer de la viande congelée en viande réfrigérée et d'apporter ainsi une valeur ajoutée. Nous devons encore faire croître l'industrie porcine canadienne. Bien franchement, elle exporte 70 p. 100 de sa production, alors, les exportations — la valeur ajoutée — sont en fait son seul moyen de rester concurrentielle. Si nous perdions ces exportations, nous deviendrions extrêmement peu concurrentiels. Dans notre cas, je pense qu'il est vraiment utile de pouvoir soutenir la concurrence, notamment celle des États-Unis, sur notre marché intérieur, ainsi que celle de l'Europe. C'est le moyen qui nous permettra de demeurer concurrentiels et de nous assurer que nos entreprises connaissent du succès et sont rentables.

Also, to promote that, Canada Pork International, 2016, based on the programs that Gary mentioned, the Canadian Pork Excellence program, PigTRACE,PigCARE, we've built the Verified Canadian Pork brand. We are branding Canada internationally. If you look at the success we had in Japan recently, one of the aspects now is the Japanese consumers are recognizing the quality of Canadian pork and they're able to see it and identify it. It really creates a buzz and some buying intentions — actually, clearly purchases — as we've tripled our chilled pork exports in Japan in the last five years, and this is really supporting this. We are in the process of building a brand that is adding value to the product and for our members. This is a very important component of what we're doing.

En outre, dans le but de promouvoir ces exportations, en nous fondant sur les programmes qu'a mentionnés Gary — la plateforme Excellence du porc canadien, PorcTracé et PorcBIEN-ÊTRE —, nous avons établi la marque « porc canadien vérifié ». Nous faisons du Canada une marque internationale. Si vous regardez le succès que nous avons connu récemment au Japon, l'un des aspects est la reconnaissance par les consommateurs japonais de la qualité du porc canadien, et ils sont capables de le constater et de reconnaître les produits. Cette situation crée vraiment une mode et suscite des intentions d'achat — en fait, manifestement des achats —, puisque nous avons triplé nos exportations de porc réfrigéré vers le Japon au cours des cinq dernières années, de sorte que notre stratégie favorise vraiment les décisions d'achat. Nous sommes en train

Finally, if the support should be provided in the technology, marketing, environmental certification and intellectual property. I'm going to talk about what I think are the four more critical points.

First and always, it's market access. We're seeing it. You have the NAFTA situation right now, but the opportunity that was created with CPTPP for chilled and processed pork. For the first time in 20 years, I'm hearing the Japanese saying they'd like to import bacon from Canada. From this success, we have small processors now selling sausage in Japan with the Verified Canadian Pork brand. We're all building things. The fact that on processed product the tariff will go straight to zero is extremely positive and promising for our industry, and Japan is already a billion-dollar market.

We have the possibility to add to that, eventually through working on China. There are other markets that are very important, and some specific trade agreements that I think it would be great to work on, like Caricom, for example, that could provide a lot of opportunities for processed products in hotels in this part of the world.

The other aspect that is important is the notion that if you want to add value, it takes manpower and technology. There's truly a shortage of manpower for our plants. Whether it's in processed products or simply adding value, if you don't have the labour, you will send the cuts bone-in, so you're not adding value in Canada because of a shortage in manpower. This is extremely important. We need to have our plants to keep the value here in Canada, sell the product as processed as possible, not necessarily just in value-added, but the more you debone and skin the product, the more value you add in Canada and the more jobs you have in Canada instead of other countries. Obviously, it goes in parallel, but we'll need support for technology in plants and in research to support this.

Especially when you talk about a value-added product like chilled pork, the stability for our infrastructure and the labour contract is extremely important. We don't have frozen product that can sit in a warehouse for months. When we're working with fresh product going to Asia, it's really important to have stability in infrastructure, at ports coast to coast and at our rail facilities as well. There are several issues there.

d'établir une marque qui ajoute de la valeur au produit, au profit de nos membres. Il s'agit d'un volet très important de nos activités.

Enfin, si le soutien devait être fourni dans les domaines de la technologie, du marketing, de la certification environnementale et de la propriété intellectuelle… Je vais aborder ce qui, selon moi, sont les quatre éléments cruciaux.

D'abord et avant tout, c'est l'accès au marché. Nous le constatons. Il y a actuellement la situation relative à l'ALENA, mais l'occasion qui a été créée grâce au PTPGP pour le porc réfrigéré et transformé… Pour la première fois en 20 ans, j'entends les Japonais dire qu'ils voudraient importer du bacon du Canada. Grâce à ce succès, certains de nos petits transformateurs vendent maintenant au Japon de la saucisse portant la marque « porc canadien vérifié ». Nous établissons tous des choses. Le fait qu'en ce qui concerne les produits transformés, le tarif passera directement à zéro, est extrêmement positif et prometteur pour notre industrie, et le Japon représente déjà un marché de 1 milliard de dollars.

Nous avons la possibilité d'améliorer encore plus la situation, en travaillant pour accroître notre part de marché en Chine. Il existe d'autres marchés qui sont très importants, et certains accords commerciaux particuliers sur lesquels, selon moi, il serait excellent que nous travaillions, comme la Caricom, par exemple, qui pourrait présenter beaucoup de possibilités pour les produits transformés dans les hôtels situés dans cette région du monde.

L'autre aspect qui est important, c'est la notion selon laquelle, si on veut produire une valeur ajoutée, il faut des effectifs et de la technologie. Nos usines sont vraiment en pénurie de main-d'œuvre. Qu'il s'agisse du domaine des produits transformés ou simplement de la production d'une valeur ajoutée, si on ne dispose pas des travailleurs nécessaires, on enverra les coupes avec l'os, alors on ne produira pas de valeur ajoutée au Canada en raison d'une pénurie de main-d'œuvre. C'est extrêmement important. Nos usines doivent garder la valeur ici, au Canada, et vendre les produits les plus transformés possible. Il ne s'agit pas nécessairement seulement de valeur ajoutée; plus on désosse et dépèce le produit, plus on crée de valeur ajoutée au pays, et plus il y aura d'emplois au Canada, et non dans d'autres pays. Évidemment, c'est en parallèle, mais nous aurons besoin de soutien afin de doter les usines de la technologie nécessaire et d'effectuer les recherches requises pour appuyer ce projet.

Surtout lorsqu'il est question d'un produit à valeur ajoutée comme le porc réfrigéré, la stabilité de notre infrastructure et du contrat de travail est extrêmement importante. Nous n'avons pas de produits congelés qui peuvent rester dans un entrepôt pendant des mois. Quand nous travaillons avec un produit frais à destination de l'Asie, il importe réellement que l'infrastructure soit stable, aux ports de l'ensemble du pays ainsi que dans nos

I would add that it's important to get support from the government for market promotion. Right now we have the objective of growing our agriculture exports up to $75 billion. What we're seeing now is overcommitment in the GF3 in agri-marketing, so our promotion budget is actually being cut so far by $1 million. We're working on areas there, but I think it doesn't go together, where we want to go as a country, adding value to more agri-food exports. I think support to export promotion will be extremely important. As Gary pointed out, I think the creation of the check-off on imported products from the U.S. will be critically important to support our industry.

In conclusion, I think there's tremendous opportunity to concentrate our effort on value-added pork from Canada, but the support through market access, trade promotion, manpower and technology is going to be critical to meet the demand of the world market. The world market, despite any opinion or anything we hear about meat consumption, is definitely growing. There's growing opportunity, and I think we have to be in a good position to take advantage of those opportunities.

[*Translation*]

**The Deputy Chair:** Thank you very much for your excellent presentation, Mr. Lavoie.

[*English*]

**Senator Mercer:** Thank you for being here.

Mr. Stordy, you mentioned a code of practice. I assume the code of practice is happening on the farm. How does that interpret into the marketplace? Do you talk about the code of practice when you're marketing your pork? How do you do that? If I were a customer, what would the message be from you about the code of practice before I buy pork from you?

**Mr. Stordy:** Certainly the code of practice outlines the way animals should be handled on a farm. It's actually an extensive document that our industry, our organization, then takes and pulls out basically the most important areas and then implements that into our PigCARE program. It's taking that, and then what we do with that PigCARE program, it's essentially the expectation that producers are doing this. It is validated or somebody goes on the farm to ensure they're following essentially these processes or steps in how to treat animals, and they have the protocols. That's one part of it. That's on the farm.

installations ferroviaires. Plusieurs problèmes se posent sur ce plan.

J'ajouterais qu'il importe que nous obtenions le soutien du gouvernement à l'égard de la promotion du marché. Actuellement, notre objectif consiste à accroître nos exportations agricoles afin qu'elles s'établissent à 75 milliards de dollars. Ce que nous observons maintenant, c'est un engagement excessif envers CA3 dans le cadre du programme Agri-marketing, alors, jusqu'ici, notre budget promotionnel est réduit de 1 million de dollars. Nous travaillons sur certains secteurs, là-bas, mais je pense que ces éléments ne correspondent pas avec la voie que nous voulons suivre en tant que pays, soit produire une valeur ajoutée pour davantage d'exportations agroalimentaires. Je pense que le soutien de la promotion des exportations sera extrêmement important. Comme l'a souligné Gary, selon moi, la création de la contribution de l'agriculteur aux produits importés des États-Unis sera d'une importance cruciale pour appuyer notre industrie.

En conclusion, je pense qu'il y a une occasion exceptionnelle de concentrer nos efforts sur le porc à valeur ajoutée du Canada, mais le soutien par l'accès au marché, la promotion commerciale, la main-d'œuvre et la technologie sera essentiel pour que l'on puisse répondre à la demande du marché mondial. Malgré toute opinion ou tout ce que nous pouvons entendre au sujet de la consommation de viande, le marché mondial est assurément en croissance. Les possibilités sont de plus en plus importantes, et je pense que nous devons être bien placés pour tirer profit de ces occasions.

[*Français*]

**Le vice-président** : Merci beaucoup, monsieur Lavoie, pour votre excellente présentation.

[*Traduction*]

**Le sénateur Mercer** : Merci de votre présence.

Monsieur Stordy, vous avez mentionné un code de pratique, lequel, je présume, est appliqué à la ferme. Comment cela se traduit-il sur le marché? Parlez-vous du code de pratique lorsque vous faites la promotion de votre porc? Comment procédez-vous? Si j'étais un client, quel message me transmettriez-vous au sujet du code de pratique avant que j'achète votre porc?

**M. Stordy** : Il est sûr que le code de pratique décrit la façon dont les animaux devraient être traités dans une exploitation. Il s'agit en fait d'un long document que notre industrie et nos organisations utilisent et dont elles retirent essentiellement les aspects les plus importants pour ensuite les mettre en œuvre dans le cadre de notre programme PorcBIEN-ÊTRE. Notre industrie utilise ce code, puis, dans le cadre du programme PorcBIEN-ÊTRE, essentiellement, nous nous assurons que les éleveurs respectent les attentes quant à leur façon de faire. Nous validons les pratiques, ou bien une personne se rend à l'exploitation afin

de s'assurer que l'éleveur respecte essentiellement ces processus ou qu'il suit ces étapes quant à la façon de traiter les animaux et qu'il a établi les protocoles nécessaires. Il s'agit là d'une partie du code. C'est à la ferme.

The next step is that we can stand up and say, "This is how we treat our animals." This is an effort to assure the customer, whether it's on the processing side or even just for the consumer who buys the pork every day, this outlines the expectation on how animals should be treated in the care of producers. This is something that is validated and then verified. If there is a situation where maybe something happens or a protocol, this is the corrective action to ensure that that situation is fixed, the producer is informed about what should be happening and then it doesn't happen again.

L'autre chose, c'est que le code nous permet de dire : « Voici comment nous traitons nos animaux. » Il s'agit d'un effort visant à rassurer le client, que ce soit du côté de la transformation ou même seulement pour le client qui achète le porc tous les jours. Cette partie du code décrit l'attente quant à la façon dont les animaux devraient être traités par les éleveurs qui s'en occupent. C'est quelque chose qui est validé, puis vérifié. En cas de situation où il pourrait se passer quelque chose ou qu'un protocole n'est pas respecté, le code prévoit la mesure corrective visant à garantir que la situation en question est réglée, que l'éleveur est informé de ce qui devrait se passer et que le problème ne se reproduise plus.

**Mr. Lavoie:** I might add to Gary's response to say that on the marketing side, this is a solid base of our platform for export promotion. A consumer from Japan sees the Verified Canadian Pork branding. For example, on meat shelves, you have sleeves where you have information or a poster, POP material. We'll have our seven brand promises, including environment, no hormones, CP, and PigCARE is one of the components of the brand promises. So a Japanese consumer may ask, "What am I buying when I buy Canadian pork?" This is one of the seven, so we're really taking that and incorporating it.

**M. Lavoie :** Je pourrais ajouter quelque chose à la réponse de Gary afin d'affirmer que, du côté du marketing, il s'agit d'un élément important qui sous-tend notre plateforme de promotion des exportations. Un consommateur du Japon voit la marque « porc canadien vérifié ». Par exemple, les étalages de viande portent des pochettes contenant des renseignements ou une affiche, du matériel de publicité sur les lieux de vente. Nous affichons les sept promesses liées à notre marque, y compris l'environnement, l'absence d'hormones et le fait qu'il s'agit de porc canadien, et PorcBIEN-ÊTRE fait partie des éléments promis par la marque. Alors, un client japonais pourrait poser la question suivante : « Qu'est-ce que j'achète lorsque j'achète du porc canadien? » Il s'agit de l'une des sept promesses, alors nous intégrons vraiment cet élément.

We're told, especially by Japanese buyers, that customers are interested in that, and this is something else that the Americans are not promoting, and it definitely puts us at an advantage. As far as perception, there's a clear perception that Canadian pork is better in quality and image-wise, and that really contributes to that.

On nous dit — surtout dans le cas des acheteurs japonais — que cela intéresse les consommateurs et que c'est une autre chose dont les Américains ne font pas la promotion et qui nous procure assurément un avantage. En ce qui concerne les perceptions, cela donne clairement l'impression que le porc canadien est de meilleure qualité et lui donne une meilleure image, et notre stratégie contribue réellement à cette situation.

**Senator Mercer:** You mentioned that research is one of the major functions, of course, of the whole industry to increase profit. What visions have your research brought to the barn or to the market?

**Le sénateur Mercer :** Vous avez mentionné que la recherche est l'une des fonctions majeures, bien entendu, de l'industrie tout entière afin d'accroître les profits. Quelles visions vos recherches ont-elles apportées à la porcherie ou au marché?

**Mr. Stordy:** Linking some of it with your question before, there is how animals are raised. That is an area where consumer preference is indicating that they'd like to have animals not raised in sow stalls, a certain component. Over the past three years, we have a producer base that has used this specific system for several years and believes in it. We needed to find out what the alternatives are, how to go about raising animals in alternative systems, researching what alternative systems are and, frankly, actually reinventing new systems so that producers who move forward, whether it's building a new barn or wanting

**M. Stordy :** Pour établir un lien entre une partie de cette question et celle que vous avez posée auparavant, il y a la façon dont les animaux ont été élevés. Il s'agit d'un domaine où la préférence des consommateurs indique qu'ils voudraient que les animaux ne soient pas élevés dans des stalles à truies… Il s'agit certainement d'un élément. Au cours des trois dernières années, nous avons constaté qu'un certain nombre de nos éleveurs utilisent ce système particulier depuis plusieurs années et croient en ce système. Nous devions découvrir quelles étaient les solutions de rechange, comment procéder pour élever des

to invest in this particular system for raising animals, have the most accurate information. They have test pilots on what could be done, whether it's in existing facilities or new facilities. The benefit of that is that was producer-led research, where they paid part of their levy for every animal marketed and reinvested in themselves to adapt and investigate market demands, look into considerations on how other options can be done, and really do it in an efficient and competitive manner. All of that would not have been possible without, essentially, producers' support and interest in research and then, from there, moving forward.

animaux d'autres façons, effectuer des recherches afin de recenser les autres systèmes et, honnêtement, réinventer la façon de faire afin que les éleveurs qui vont de l'avant, qu'il s'agisse de construire une nouvelle porcherie ou de vouloir investir dans ce système particulier pour élever les animaux, disposent des renseignements les plus exacts possible. Ils disposent de projets pilotes relativement à ce qui peut être fait, dans des installations existantes ou dans de nouvelles installations. L'avantage de ce système tient au fait qu'il s'agissait de recherches dirigées par les éleveurs, lesquels versaient une partie de leurs redevances pour chaque animal mis sur le marché et réinvestissaient dans leur propre élevage afin de s'adapter et d'étudier les demandes sur le marché, de tenir compte de la façon dont d'autres options peuvent être réalisées et de le faire vraiment d'une manière efficiente et concurrentielle. Tout cela n'aurait pas été possible sans — essentiellement — le soutien et l'intérêt des éleveurs à l'égard de la recherche, puis, ensuite, de l'avenir.

**Senator Doyle:** Thank you for your presentations.

You gave the impression that our pork products are not making big inroads into the European market. Is that because of a need for better marketing on your part or on the government's part? Should government be doing a little bit more to try to get you into these markets today?

**Mr. Lavoie:** You're asking about Europe specifically?

**Senator Doyle:** Yes.

**Mr. Lavoie:** I think sometimes there are market cycles in Europe. Obviously in the world, and gratefully, we don't eat the same parts of the pig. The Asian market likes specific cuts that we don't in Canada. We import bellies and ribs from Europe. Our main target for exports is hams. It would have been a great market opportunity for the last 15 years, but with the market situation right now, it's not that appealing to export hams to Europe versus China, or Mexico, or other markets.

If we look at the opportunity for Europe, it's probably not going to be in processed and value-added products. Europe is one country that is well developed in that they like to have local products. I think the opportunity for Canada is to export specific cuts at a higher value than any other markets, and that will be part of the processed products made in Europe. There will be opportunities. If you look at the volume that we have, it's still fairly small compared to the size of the market, but we have not fully taken advantage of it. It is mostly a market situation. Right now, in the case of Europe, I don't think promotion would help. It would help in other markets, but that's not the situation for Europe right now.

**Le sénateur Doyle :** Merci de vos exposés.

Vous avez donné l'impression que nos produits du porc ne font pas de grandes percées sur le marché européen. Est-ce parce que vous ou le gouvernement devriez mieux en faire la promotion? Le gouvernement devrait-il en faire un peu plus afin de tenter de vous faire entrer sur ces marchés aujourd'hui?

**M. Lavoie :** Vous posez la question au sujet de l'Europe précisément?

**Le sénateur Doyle :** Oui.

**M. Lavoie :** Je pense qu'il y a parfois des cycles de marché, en Europe. Évidemment, dans le monde... Heureusement, nous ne mangeons pas les mêmes parties du porc. Le marché asiatique aime des coupes particulières que nous n'aimons pas au Canada. Nous importons les flans et les côtes d'Europe. Notre principale cible aux fins des exportations est le jambon. Au cours des 15 dernières années, le jambon aurait constitué une excellente occasion commerciale, mais, compte tenu de la situation actuelle sur le marché, il n'est pas aussi attrayant d'exporter du jambon vers l'Europe que vers la Chine, le Mexique ou d'autres marchés.

Si nous regardons les perspectives pour l'Europe, ce ne sera probablement pas dans le domaine des produits transformés et à valeur ajoutée. L'Europe est bien développée, dans le sens que les Européens aiment bien disposer de produits locaux. Je pense que l'occasion qui se présente pour le Canada est d'exporter des coupes particulières ayant une plus grande valeur que sur tout autre marché et qui seront transformées en Europe. Il y aura des possibilités. Si on regarde le volume que nous possédons, il est encore assez petit comparativement à la taille du marché, mais nous n'en tirons pas pleinement profit. Il s'agit surtout d'une situation de marché. Actuellement, dans le cas de l'Europe, je ne pense pas que la promotion serait utile. Elle serait utile sur d'autres marchés, mais ce n'est pas la situation dans le cas de l'Europe actuellement.

**Senator Doyle:** We hear that CETA could very well improve the value of Canadian pork. Is that a fact? Would you get more for your pork products as a result of CETA?

**Le sénateur Doyle :** Nous entendons dire que l'AECG pourrait très bien améliorer la valeur du porc canadien. Est-ce un fait? Pourriez-vous obtenir plus en échange de vos produits du porc en conséquence de cet accord?

**Mr. Lavoie:** I definitely think in the long term this is something that is positive. Since its implementation, there hasn't been a whole lot of business that could be done. However, if you look at it realistically, the opportunity with reduced tariffs is 60,000 tonnes. We're exporting almost 1.3 million tonnes. You have to put that in perspective. It has increased, but it's not as much of a game changer as Japan or China could be, for example.

**M. Lavoie :** Je pense assurément que, à long terme, c'est quelque chose de positif. Depuis sa mise en œuvre, nous n'avons pas pu effectuer beaucoup d'échanges commerciaux. Toutefois, si on regarde l'accord d'un point de vue réaliste, la possibilité qu'offrent les tarifs réduits est de 60 000 tonnes. Nous exportons presque 1,3 million de tonnes. Il faut mettre cela en perspective. Le commerce a augmenté, mais cet accord ne change pas la donne autant que le pourrait un accord avec le Japon ou la Chine, par exemple.

**Mr. Stordy:** Our industry is still a strong supporter of CETA. There were a few hiccups along the way related to understanding the market conditions and how to access the market. That is slowly being worked out. Martin is correct that right now, the market conditions are not favourable for us to be shipping or filling the quota. That could easily change. If something happens in another key market, Martin and some of the traders will be looking for the best opportunities and where they can get the best value or price for that particular product. That's where the EU market may come into play. Today, it's an opportunity market that's there. We're shipping not a lot but some, but that could change a year or two years down the road, and then we will be thankful to have CETA in place.

**M. Stordy :** Notre industrie est encore un fervent partisan de l'AECG. Il y a eu quelques pépins en cours de route relativement à la compréhension des conditions du marché et de la façon d'y accéder. Ces problèmes se règlent lentement. Martin a raison d'affirmer qu'actuellement, les conditions du marché ne sont pas favorables pour que nous puissions expédier nos produits ou remplir le quota. Cette situation pourrait facilement changer. Si quelque chose arrive sur un autre marché clé, Martin et certains des autres commerçants rechercheront les meilleures occasions et les endroits où ils pourront obtenir les meilleurs rapports qualité-prix ou les meilleurs prix pour ce produit particulier. C'est là que le marché de l'UE pourrait entrer en jeu. Aujourd'hui, il s'agit d'un marché potentiel. Nous n'expédions pas beaucoup de produits, mais nous en expédions certains; toutefois, cette situation pourrait changer d'ici un an ou deux, puis nous serons heureux d'avoir conclu l'AECG.

**Senator Oh:** Thank you for your presentations.

I want to touch a bit on the export markets to Asia. I understand that your pork sector has been getting meat over to the Asia market. For Canadian pork in 2017, your website says that China, Japan, Philippines, Taiwan and South Korea are among the top 10 export destinations. Can you give us an update? I think there is a pilot project going on to China. If you can export $1 billion worth of value to Japan, China has a huge middle class that depends on good quality, safe products from Canada.

**Le sénateur Oh :** Je vous remercie de vos exposés.

Je veux aborder un peu les marchés d'exportation vers l'Asie. Je crois savoir que votre secteur du porc achemine de la viande vers le marché asiatique. Selon votre site web, en ce qui concerne le porc canadien, en 2017, la Chine, le Japon, les Philippines, Taïwan et la Corée du Sud comptent parmi les 10 principales destinations d'exportation. Pouvez-vous nous faire une mise à jour? Je pense qu'un projet pilote est en cours en Chine. Si vous pouvez exporter pour 1 milliard de dollars de produits vers le Japon, la Chine compte une énorme classe moyenne qui dépend de produits de bonne qualité et salubres provenant du Canada.

**Mr. Lavoie:** In 2016, we exported $600 million to China, which is already very significant.

Gary said that sometimes there is a flow of products when markets close. We lost the Russian market, which was an important market for us. After some readjustments, I think China is now the market that is pulling our market.

**M. Lavoie :** En 2016, nous avons exporté pour 600 millions de dollars vers la Chine, ce qui est déjà une somme très importante.

Gary a affirmé qu'il y a parfois un déplacement des produits lorsque des marchés se ferment. Nous avons perdu le marché russe, qui représentait un marché important pour nous. Après certains rajustements, je pense que la Chine est maintenant le marché qui stimule le nôtre.

If you look at graduation of our exports to China, it started with the by-products, that is, the feet, the offal, the heads. This is always the base in China. It has been like that since the beginning. What we've added to get to $600 million is some cuts for processing. That is a lot of bone-in-hams that are getting deboned and processed in China. This is a higher value item, and we now have the volumes and the value up.

I think the next opportunity with the pilot project is to reach out to the high-end supermarkets in China. The capacity to pay in those markets is just as good as in Japan, if not higher. There is a tremendous opportunity to position Canadian pork as the reference and to bring the experience we have in Japan to make sure that we are further developing this opportunity.

The great thing about China is that it's not exactly the same cuts as in Japan. That allows us to add value to the carcass while having cuts that were not put as chilled products. By adding this fresh value, you're adding more than a dollar a kilo to frozen versus chilled to those market opportunities.

You don't need a lot of marketing support to sell frozen trimmings or fat in a box that you send to South Africa or anywhere. We need the support. That's why the agri-funding component is very important. You need to reach out to educate consumers in China that the buyers have material when you're getting into the value-added market, as we are doing in China.

There are several opportunities in Asia. I mentioned the great success in Japan, namely, over $1 billion Canadian dollars of export in the last two years. China is there. I think there's great opportunity to get back into Korea. Canada was the leading exporter of pork to Korea seven years ago, before all the other countries started to have an edge on us on FTAs. Now we're catching up. This is a market where we'll need further support. Singapore is a small market but a wealthy place where we could develop some value-added products. Even in markets like the Philippines, there is an opportunity for some frozen but branded opportunities.

We just did our strategic plan. Clearly, we are looking at Asia. When I was talking about growth and meat consumption, there are tonnes of growth left to be happening in Asia, and it is the main target. There are other areas, but this is where I think most of the demand will come for pork from Canada.

Si vous regardez la progression de nos exportations en Chine, nous avons commencé par les sous-produits, c'est-à-dire les pattes, les abats et les têtes. C'est toujours la base, en Chine. C'est comme cela depuis le début. La valeur ajoutée que nous avons produite pour en arriver à 600 millions de dollars est liée à certaines coupes destinées à la transformation. Beaucoup de jambons se font désosser et transformer en Chine. Il s'agit d'un article qui vaut plus cher, et nous possédons maintenant les volumes et la valeur ajoutée.

Je pense que la prochaine occasion que nous donnera le projet pilote sera de tendre la main aux supermarchés haut de gamme de la Chine. La capacité de payer sur ces marchés est tout aussi bonne qu'au Japon, si elle n'est pas plus grande. Il s'agit d'une occasion exceptionnelle de faire du porc canadien la référence et d'apporter l'expérience que nous avons acquise au Japon de manière à nous assurer que nous tirons davantage profit de cette possibilité.

Ce qui est formidable au sujet de la Chine, c'est que ce ne sont pas exactement les mêmes coupes qu'au Japon. Nous pouvons ainsi apporter une valeur ajoutée à la carcasse, tout en ayant des coupes qui n'étaient pas incluses dans les produits réfrigérés. L'apport de cette valeur ajoutée au porc frais nous permet d'ajouter plus d'un dollar le kilo au produit congelé par rapport aux produits réfrigérés destinés à ces marchés.

On n'a pas besoin de beaucoup de soutien à la mise en marché pour vendre des retailles ou du gras congelés dans une boîte que l'on envoie vers l'Afrique du Sud ou ailleurs. Nous avons besoin d'un autre type de soutien. Voilà pourquoi le volet du financement agricole est très important. Il faut sensibiliser les consommateurs de la Chine au fait que les acheteurs ont certains produits au moment où on arrive sur le marché à valeur ajoutée, comme on le fait en Chine.

L'Asie offre plusieurs possibilités. J'ai mentionné le grand succès connu au Japon, notamment, avec plus de 1 milliard de dollars canadiens d'exportation au cours des deux dernières années. La Chine est là. Je pense qu'il y a une excellente occasion de retourner en Corée. Le Canada était le principal exportateur de porc vers ce pays il y a sept ans, avant que tous les autres pays commencent à avoir un avantage par rapport à nous grâce aux ALE. Maintenant, nous rattrapons le retard. Il s'agit d'un marché où nous aurons besoin de plus de soutien. Singapour est un petit marché, mais un endroit riche, où nous pourrions vendre des produits à valeur ajoutée. Même sur des marchés comme celui des Philippines, il serait possible de vendre des produits congelés, mais de marque.

Nous venons tout juste d'établir notre plan stratégique. Évidemment, nous examinons l'Asie. Quand je parlais de croissance et de consommation de viande, la croissance en Asie est loin d'être terminée, et il s'agit de la principale cible. Il y a d'autres régions, mais, selon moi, c'est de là que proviendra la majeure partie de la demande de porc du Canada.

**Senator Oh:** This committee has travelled to China, in Shanghai, to the biggest Shanghai food show there. Beef producers were having a big promotion.

**Mr. Lavoie:** Yes, but less volume. More promotion for smaller volume. Was that this year?

**Senator Oh:** No, two and a half years ago.

Do you have a pork processing plan in China for value-added?

**Mr. Lavoie:** We are also part of the trade shows in China, the last two. There were 20 companies from Canada travelling and in our booth.

We also have an office in Shanghai to support sales. We're not there to sell the product for our members but to have marketing support and organizing in-store demos for them promoting Canadian pork.

The needs for promotion are evolving with time. Now China is there because of the chilled opportunity. We're very grateful for that. There are still some things to fix. It's not perfect, but it's definitely an opportunity that we embrace. I think it has a lot of potential.

Right now, the chilled business to Japan is about $800 million, and $45 to $50 million to Korea. That should grow, but China is going to definitely land somewhere between Japan and Korea in the short term. The potential for growth, then, is limitless.

**Senator Oh:** What about the TPP? How will it affect your export market to the region as a whole?

**Mr. Stordy:** It's going to make a substantial difference. It mainly secures a key market that we already have, Japan. It places us at a greater competitive advantage versus some countries that are not included. It also allows us to compete against other countries that have access to Japan. Japan is a billion-dollar market for us. It's been an important market, but they import from other countries, the United States and the EU. The EU has just finished and signed, and it's been implemented. The EU-Japan FTA is in place, so we're competing against some of those favourable marketing conditions for the EU industry.

**Le sénateur Oh :** Le comité a effectué un voyage en Chine et s'est rendu à Shanghai, à la plus grande foire alimentaire de cette ville. Les éleveurs de bœuf faisaient l'objet d'une importante promotion.

**M. Lavoie :** Oui, mais leur volume est moins important. Plus de promotion pour un plus petit volume. Était-ce cette année?

**Le sénateur Oh :** Non, il y a deux ans et demi.

Avez-vous une usine de transformation du porc en Chine aux fins de la valeur ajoutée?

**M. Lavoie :** Nous avons également pris part aux deux dernières foires alimentaires de la Chine. Il y avait 20 entreprises du Canada qui s'y sont rendues et partageaient notre kiosque.

Nous disposons également d'un bureau à Shanghai pour appuyer les ventes. Nous sommes là afin non pas de vendre le produit pour nos membres, mais offrir un soutien de mise en marché et d'organiser des démonstrations en magasin afin de faire la promotion du porc canadien.

Les besoins liés à la promotion évoluent au fil du temps. La Chine est là en raison de la possibilité qu'offrent les produits réfrigérés. Nous lui en sommes très reconnaissants de cette occasion. Il reste encore des éléments à corriger. Ce n'est pas parfait, mais il s'agit assurément d'une occasion dont nous allons profiter. Je pense que ce marché présente beaucoup de potentiel.

Actuellement, la valeur des exportations de produits réfrigérés vers le Japon est d'environ 800 millions de dollars, et de 45 à 50 millions de dollars de ces produits sont envoyés en Corée. Ce marché devrait croître, mais la Chine se retrouvera assurément quelque part entre le Japon et la Corée à court terme. Dans ce cas, le potentiel de croissance est illimité.

**Le sénateur Oh :** Qu'en est-il du PTP? En quoi influera-t-il sur votre marché d'exportation vers la région dans son ensemble?

**M. Stordy :** Il changera les choses de façon importante. Il garantit principalement l'accès à un marché clé que nous avons déjà : le Japon. Il nous procure ainsi un plus grand avantage concurrentiel par rapport à certains pays qui ne sont pas inclus. Il nous permet également de livrer concurrence à d'autres pays qui ont accès au Japon. Ce pays est un marché de 1 milliard de dollars pour nous. Il s'agit d'un marché important, mais les Japonais importent des produits d'autres pays, des États-Unis et de l'UE. L'Union européenne vient tout juste de terminer et de signer un accord, et la mise en œuvre a eu lieu. L'accord de libre-échange UE-Japon est en place, alors l'industrie de l'UE profite de ces conditions de marketing favorables, à notre détriment.

For us, as Martin has indicated, we will have a reduction of the tariff. We will have a reduction in some other aspects that will improve the potential market access for some of the processed and further processed products. That's incredibly important.

En ce qui nous concerne, comme l'a indiqué Martin, nous aurons une réduction du tarif. Nous jouirons d'une réduction à certains autres égards qui améliorera l'accès potentiel au marché pour certains des produits transformés et ayant subi un conditionnement supplémentaire. C'est incroyablement important.

In addition, you're looking at an interesting fit. Japan has been an anchor market for us. We're doing well in China, but with the CPTPP, Vietnam will be an important emerging market for our industry. That's certainly positive.

De plus, le choix envisagé est intéressant. Le Japon est un marché d'encrage pour nous. Nous nous débrouillons bien en Chine, mais, dans le cadre du PTPGP, le Vietnam sera un nouveau marché important pour notre industrie. Il est certain que c'est positif.

**Senator Marwah:** Thank you for your presentations.

**Le sénateur Marwah :** Merci de vos exposés.

I want to elaborate on market access. I understand the free trade agreements are positive for you, and that's wonderful. Have you experienced non-tariff barriers in the markets where you are? Some of the other industries that have been here have mentioned that coming up as an issue. While they reduce one side, they increase the other side to prohibit market access. Are you experiencing that with your products in the countries where we have a trade agreement?

Je veux aborder de façon plus détaillée l'accès au marché. Je crois savoir que les accords de libre-échange sont positifs pour vous, et c'est merveilleux. Avez-vous fait face à des obstacles non tarifaires sur les marchés où vous vous trouvez? Certaines des autres industries qui ont témoigné ici ont mentionné qu'il s'agissait d'un problème auquel elles avaient été confrontées. Pendant qu'on réduit d'un côté, on augmente de l'autre afin d'interdire l'accès au marché. Vivez-vous cette situation en ce qui a trait à vos produits dans les pays où nous avons conclu un accord commercial?

**Mr. Stordy:** Absolutely. It is a growing concern for industry. A number of countries, from our point of view, are implementing some of these non-tariff barriers. Whether it's dealing with on-farm production diseases or whether it's delaying inspection of our facilities, taking a long time for them to certify our plants, these are all, in our belief, barriers to accessing that market and that have sometimes happened after an FTA has been signed or during. It is a problem to expanding market access or improving sales, diversifying to some of these countries.

**M. Stordy :** Absolument. Il s'agit d'une préoccupation de plus en plus importante pour l'industrie. De notre point de vue, un certain nombre de pays mettent en œuvre certains de ces obstacles non tarifaires. Qu'il s'agisse de s'attaquer aux maladies dans le cadre de la production à la ferme ou de retarder l'inspection de nos installations, de mettre plus de temps à certifier nos usines, nous croyons que ce sont tous des obstacles à l'accès à ce marché qui se sont parfois présentés après la conclusion d'un ALE ou dans le cadre d'un tel accord. Ces obstacles nuisent à l'expansion de l'accès au marché ou à l'amélioration et à la diversification des ventes dans certains de ces pays.

We do understand, first of all, that we have some very hard-working civil servants, whether in CFIA or Ag Canada. There is no doubt that in many cases they are stretched with the demands that industry is placing on them. For us, we do see the need, whether it's more focus on some of the key priorities or more support, or whether it's at the in-country level to deal with other federal governments, because it's only the federal government that can talk to another federal government, from our point of view, and deal with some of these issues.

Tout d'abord, nous savons que nous disposons de fonctionnaires très travaillants, que ce soit à l'ACIA ou à Agriculture Canada. Il ne fait aucun doute que, dans bien des cas, ils sont fortement sollicités par les exigences de l'industrie. Pour notre part, nous constatons le besoin, qu'il s'agisse de se concentrer davantage sur certaines des priorités clés ou sur l'offre d'un soutien plus important, ou bien que ce soit à l'échelon du pays afin de faire affaire avec d'autres gouvernements fédéraux, car ce n'est que le gouvernement fédéral qui peut s'adresser à ses homologues, de notre point de vue, et régler certains de ces problèmes.

Increased participation in some of the national global bodies, whether it's OIE or WTO, an increased presence there would certainly be of benefit.

Une participation accrue au sein de certains des organismes nationaux mondiaux, que ce soit l'OIE ou l'OMC, serait certainement avantageuse.

And all this is time, money and resources and the people, and making sure that the people who are there have the history and know-how to be engaged in the discussion. Those three are some areas that we believe could be focused upon to help address some of these non-tariff barriers and understand where it's coming from.

De plus, pour faire tout cela, il faut de l'argent, des ressources et des gens, et on doit s'assurer que les personnes qui sont là possèdent les antécédents et le savoir-faire nécessaires pour participer à la discussion. Ces trois éléments comptent parmi les aspects sur lesquels nous croyons que nous pourrions nous concentrer afin de contribuer à éliminer certains des obstacles non tarifaires et de comprendre d'où ils proviennent.

The best example for us would be with the CETA agreement. We are very strong supporters of the CETA agreement. As we started understanding and investigating how to access that market, regardless of the price, there's a requirement to import into the EU called the Health Check. There was a tremendous amount of back and forth trying to understand how to resolve this Health Check matter and understand what the EU expected moving forward. CFIA was, essentially, the lead agency responsible for understanding this and came up their understanding of how this Health Check requirement could be implemented. Unfortunately, it wasn't workable. The situation was eventually resolved, but it took someone in a regional office to come up with a concept to move it through.

L'AECG serait le meilleur exemple pour nous. Nous sommes de très fervents partisans de cet accord. Au moment où nous avons commencé à comprendre comment accéder à ce marché et à enquêter là-dessus nous avons appris que, sans égard au prix, il existe une exigence relative aux importations dans l'UE appelée Visez santé. On a tenu de nombreux échanges pour tenter de comprendre comment régler cette affaire et répondre aux attentes de l'UE pour l'avenir. L'ACIA était essentiellement l'organisme directeur responsable de comprendre ces éléments et s'est fait une idée de la façon dont cette exigence pouvait être mise en œuvre. Malheureusement, elle n'était pas réalisable. La situation a fini par être réglée, mais il a fallu qu'une personne travaillant dans un bureau régional trouve une façon de faire avancer les choses.

I'm going into that long story because this was something that we were irritated and agitated with for over two or three years, and it was resolved just by some dedication and, frankly, by chance further down rather than the national view.

Je raconte cette longue histoire parce que c'était quelque chose qui nous a agacés et agités pendant deux ou trois ans, et la situation a été réglée simplement grâce à un certain dévouement et, honnêtement, par chance à un niveau plus bas que le palier national.

**Mr. Lavoie:** Some countries are clearly using that as a way to control their market. There is the official part, but there are different ways, just by delisting a plant or few plants. I've seen more of that the more we're dealing with Eastern European countries. There was a lot of that in the past, where it's really controlling the flow of the market.

**M. Lavoie :** Il est clair que certains pays ont recours à cette pratique comme moyen de contrôler leur marché. Il y a la partie officielle, mais il existe divers moyens, comme le simple fait de retirer une usine ou quelques usines de la liste. Plus nous faisons affaire avec les pays de l'Europe de l'Est, plus j'observe de ces cas. Il y en a eu beaucoup par le passé, où il s'agissait en réalité de contrôler l'offre sur le marché.

What is important, on top of what Gary was saying, is to be able to communicate well with the industry and just understand what it is. Sometimes there's distraction on the technical side, but if you really understand that this is political, it's a market and linked to pressures from local producers that you're seeing this kind of action, it helps the government to have a better response and sometimes not go out of our way on the technical side to resolve something that is not technical. I think that's a great component, really understanding the market dynamics.

Ce qui est important et qui s'ajoute à ce que disait Gary, c'est que l'on soit en mesure de bien communiquer avec l'industrie et simplement de comprendre de quoi il s'agit. Parfois, on est distrait, sur le plan technique, mais, si on comprend vraiment que c'est politique, que c'est un marché et qu'il y a des pressions exercées par les producteurs locaux pour que ce genre de mesures soient prises, on aide ainsi le gouvernement à avoir une meilleure réaction, et on peut parfois ménager les efforts sur le plan technique afin de régler un problème qui n'est pas technique. Selon moi, la compréhension réelle de la dynamique du marché est un élément très important.

I see some improvement with a lot of players. Some are just not playing that game and never do. For some other countries, then, it's going to be a long battle to change those added, especially when there is some government orientation on food imports.

Beaucoup d'intervenants s'améliorent visiblement, jusqu'à un certain point. D'autres refusent depuis toujours de faire quoi que ce soit de ce côté. En conséquence, certains autres pays vont contester pendant longtemps les ajouts, en particulier lorsque les politiques gouvernementales orientent les importations d'aliments.

**Senator Marwah:** From a regulation perspective, I understand that regulation, on the one hand, allows you to enhance your reputation for food quality and safety and gives you your brand, but on the other hand, do regulations prevent you from acting swiftly or dealing competitively? Is domestic regulation a problem? Has it kept pace with technology and where the world is going?

**Mr. Stordy:** There is always room for improvement with technology. E-certification is one area, and the federal government is responding to adapt to some of the new technologies, but sometimes it's not always fast enough.

**Senator R. Black:** Thank you for your presentations. I can tell you are both passionate about the industry and what you do and excited about the present and the future.

Gary, with respect to the platform, the Canadian Pork Council, is it a mandatory participation by producers?

**Mr. Stordy:** It is voluntary.

**Senator R. Black:** What's the percentage of take-up?

**Mr. Stordy:** For all producers shipping to federally inspected plants, they would all be on the program. We have a number of smaller or medium-sized producers that have more local production, direct sales, who may choose not to be on the program. But for all those shipping into federally inspected plants, which are for export, they would be on the program because of the ractopamine-free protocol that is included.

**Senator R. Black:** Do you have to be in it all the way? You listed three modules.

**Mr. Stordy:** Yes.

**Mr. Lavoie:** Virtually everyone.

**Senator R. Black:** If markets open up and exports increase, do we have the capacity to produce and process however further down the road? By the way, thanks for your explanation of value-added and the differences. I appreciated that.

**Mr. Lavoie:** You're welcome. I think we do, and there are major investments that are being done in plants, some enlargements. There are some coming.

One of the biggest challenges now is to make sure that the hog production is going to follow demand. We're definitely getting the signals that there is high demand in Asia. We are in a spectacular spot to take advantage of those opportunities with the reputation of Canadian pork. For several reasons, the appetite to

**Le sénateur Marwah :** Parlons de la réglementation. Je comprends que la réglementation, d'un côté, vous donne une meilleure réputation en matière de qualité et de sûreté alimentaires et assoit votre marque. D'un autre côté, la réglementation vous empêche-t-elle de prendre des mesures rapides ou d'être compétitifs? La réglementation en vigueur au Canada est-elle un problème? Évolue-t-elle au même rythme que la technologie? Reflète-t-elle l'orientation mondiale?

**M. Stordy :** Il y a toujours des points à améliorer en ce qui concerne la technologie. Prenez la certification électronique, par exemple. Le gouvernement fédéral veut s'adapter à certaines technologies nouvelles, mais il n'est pas toujours assez rapide.

**Le sénateur R. Black :** Merci de vos exposés. À l'évidence, vous êtes tous les deux passionnés par le secteur et par votre métier optimistes quant à la situation actuelle et à l'avenir.

Gary, les producteurs sont-ils obligés de se conformer à la plateforme du Conseil canadien du porc?

**M. Stordy :** La participation est volontaire.

**Le sénateur R. Black :** Quel est le taux de participation?

**M. Stordy :** Tous les producteurs qui envoient leurs produits à des établissements inspectés par le gouvernement fédéral participent au programme. La participation est volontaire pour les petits et moyens producteurs locaux qui vendent leurs produits directement, mais tous les producteurs qui expédient leurs produits à des établissements inspectés par le gouvernement fédéral à des fins d'exportation participent à notre programme, étant donné le protocole qui certifie que leurs produits sont exempts de ractopamine.

**Le sénateur R. Black :** Doivent-ils participer au programme intégral? Vous avez mentionné trois volets.

**M. Stordy :** Oui.

**M. Lavoie :** C'est pratiquement tout le monde.

**Le sénateur R. Black :** Si nous avons accès à certains marchés et que nos exportations augmentent, avons-nous une capacité de production et de transformation suffisante pour ce qui va suivre? En passant, merci de nous avoir expliqué le concept de la valeur ajoutée et les nuances. Je vous en suis reconnaissant.

**M. Lavoie :** Je vous en prie. Il y a aussi d'énormes investissements relatifs aux installations et quelques agrandissements. Cela s'en vient.

La principale difficulté pour l'instant est de faire en sorte que la production porcine réponde à la demande. Selon les indicateurs, il y a incontestablement une forte demande venant d'Asie. Vu la réputation du porc canadien, nous sommes extrêmement bien placés pour saisir ce genre d'occasions. Nous

invest and grow, we need to get those market signals back. We need to have conditions that allow a producer to invest. The access to capital for expansion at farms is a key factor that is not as easy to do in Canada versus the U.S. This is why you see a lot of growth in U.S. production and not in Canada.

devons toujours être à l'affût de ce genre de signaux du marché, pour plusieurs raisons, comme le désir d'investir et de prospérer. Nous devons réunir les conditions qui permettent aux producteurs d'investir. Pour les producteurs, l'accès au capital à des fins d'expansion est un facteur clé, mais l'accès est plus restreint au Canada qu'aux États-Unis. C'est pourquoi il y a une forte croissance de la production aux États-Unis, et pas au Canada.

The part of having more hogs, and there are environmental concerns and city permits, there are all kinds of concerns, but this is a challenge that we are working on now.

Nous voulons augmenter la production porcine, mais il y a une foule de préoccupations environnementales à respecter et de permis municipaux à obtenir, mais nous essayons présentement de trouver une solution.

**Mr. Stordy:** We are dealing with our industry. It is going through a changeover. With next-generation producers coming in, we want to support that as much as possible and make sure that pork producers have positive views, that they see an opportunity, frankly, to have a return on their investment. No one wants to make the investment, build a barn and not necessarily have a long-term future. We're pleased to see the processing industry making investments into their facilities and free trade deals to have an opportunity for those markets.

**M. Stordy :** À propos de votre industrie, elle est en train de vivre une période de transition. La prochaine génération de producteurs s'en vient, et nous voulons la soutenir autant que possible; nous voulons nous assurer que les producteurs de porc sont optimistes et qu'ils puissent, pour dire les choses franchement, tirer un rendement de leur investissement. Personne n'investira pour construire une porcherie s'il n'a pas confiance en l'avenir. Nous sommes contents de voir que les transformateurs ont investi dans leurs installations et dans les accords de libre-échange qui leur donnent accès aux marchés.

We are dealing with labour issues, which will be ongoing. We are dealing with the capacity to find investment to build new barns. There is some changeover where old existing facilities are being essentially replaced. We need, frankly, more barns to come into place.

Il y a encore des problèmes de main-d'œuvre, qui vont persister dans l'avenir. Il y a aussi des problèmes d'accès aux investissements pour qui veut construire de nouvelles porcheries. Dans une certaine mesure, nous sommes dans une période de transition où de vieilles installations sont essentiellement en train d'être remplacées. Pour parler franchement, nous avons besoin de nouvelles porcheries.

A big part of it is, in the United States, for those producers that are involved in field crops or even corn production, they want hog production on their land because they want the nutrient-rich manure. Rather than purchasing chemical fertilizer, they use the manure from the barn, and the pigs are a by-production of their field crops. We want more of that type of view to take place. Frankly, I'm looking out West and a number of the field crops that they're involved in.

Voici un exemple important : aux États-Unis, les producteurs de grandes cultures ou même de maïs veulent qu'il y ait une production porcine sur leurs terres à cause du fumier riche en nutriments. Au lieu d'acheter des engrais chimiques, ils utilisent le fumier de la porcherie. Les porcs sont un produit dérivé de leurs cultures de grande production. Nous voulons davantage de ce genre d'idées. À dire vrai, je m'intéresse à ce qui se fait dans un certain nombre de cultures de grande production dans l'Ouest où il y a de la production porcine.

**Senator R. Black:** Thank you, Mr. Stordy.

**Le sénateur R. Black :** Merci, monsieur Stordy.

[*Translation*]

[*Français*]

**Senator Dagenais:** I have two questions. My first question is on NAFTA. The talks are not going so well, and I do not believe that the problems will be solved in 2018. We are talking more and more about a bilateral NAFTA, that is, between Canada and the United States, or between Canada and Mexico. In your opinion, what would be the impact of this on the pork industry?

**Le sénateur Dagenais :** J'ai deux questions. Ma première question porte sur l'ALENA. Ces discussions se déroulent plus ou moins bien, et je ne crois pas que les problèmes seront réglés en 2018. On parle de plus en plus de l'ALENA bilatéral, c'est-à-dire entre le Canada et les États-Unis ou le Canada et le Mexique. D'après vous, quel en serait l'impact sur l'industrie porcine?

**Mr. Lavoie:** The impact on trade with the United States is limited. There are no tariffs. Our tariffs are at zero, and it is the same in the United States. That is our current situation. At the moment, our biggest question mark if there is no NAFTA, given all the trade disputes and the absence of an organized structure, is the dynamic between the United States and Mexico. We currently have an idea of a scenario without NAFTA, solely with regard to countervailing duties imposed on aluminum and steel. If they were imposed, tariffs to Mexico would go up to 20 per cent. Therefore, there are a great deal of products that are exported from the United States to Mexico tariff-free that would then be tariffed at 20 per cent, which really changes the market dynamic.

However, both industries are too interconnected for these products to go elsewhere. Mexican importers want fresh, never-frozen products. That would create an indirect, additional opportunity for Canada. However, I believe that the trade is deeply rooted, and would continue, even with a 20 per cent tariff, to absorb. So, according to the market dynamics, if the demand is weak, the American processors will absorb it. If not, the Mexican importers will, and the prices in Mexico will go up, due to the surcharge. Personally, I do not see trade coming to an end in the pork industry.

[*English*]

**Mr. Stordy:** We're concerned about where NAFTA is going. NAFTA is an important trade deal that developed our integrated industry. When I say "integrated," we really are connected with the United States at the hip. In pork sales alone, there is $1 billion going both ways. We sell about $1 billion of Canadian pork into the U.S., and the U.S. sells about $1 billion of U.S. pork into Canada. That's just on the pork sales.

If NAFTA talks get delayed, fall apart, it creates uncertainty in that integrated market. While pork will most likely continue to move within the North American industry, the consequences of this will be on producers and the producer price they receive. The market price gets jittery when uncertainty falls into place or there is a disruption or perceived disruption in the flow chain, and that trickles down into the price that producers receive, and unfortunately that usually means a drop.

We have been following and been involved in NAFTA as much as we can. We are working with U.S. counterparts and Mexican industry to see what opportunities exist to modernize NAFTA, because the original NAFTA deal did a great service to our industry and how CFIA as well as the U.S. counterpart cooperated and worked together. That has been overlooked over

**M. Lavoie :** L'impact pour le commerce avec les États-Unis est limité. Il n'y a pas de tarif. Nos tarifs sont à zéro, et il en est de même aux États-Unis. C'est une situation que nous vivons. En ce moment, notre plus gros point d'interrogation s'il n'y a pas d'ALENA, compte tenu de toutes les disputes commerciales, et en l'absence d'une structure organisée, c'est la dynamique entre les États-Unis et le Mexique. À l'heure actuelle, on a l'occasion d'avoir un aperçu du scénario sans l'ALENA, seulement avec les droits compensatoires imposés sur l'aluminium et l'acier. S'il y a une imposition, le tarif au Mexique augmenterait à 20 p. 100. Donc, il y a énormément de produits des États-Unis qui sont exportés au Mexique qui sont à zéro et qui augmenteraient à 20 p. 100, ce qui change vraiment la dynamique de marché.

Toutefois, les deux industries sont trop interreliées pour que ces produits aillent ailleurs. Les importateurs mexicains veulent des produits frais et non congelés. Cela créerait, par la bande, une occasion supplémentaire pour le Canada. Cependant, je crois que le commerce est trop ancré et continuerait, même avec un tarif de 20 p. 100 à absorber. Donc, en fonction des dynamiques de marché, si la demande est faible, c'est davantage le transformateur américain qui l'absorbe; sinon, c'est l'importateur mexicain, et le prix au Mexique va augmenter, en raison du droit supplémentaire. Pour ma part, le scénario de la fin du commerce de l'industrie porcine, je ne le vois pas.

[*Traduction*]

**M. Stordy :** Nous nous préoccupons de ce qui va arriver à l'ALENA. L'ALENA est un accord commercial important, grâce auquel notre industrie intégrée s'est développée. Quand je dis « intégrée », je veux dire que nous sommes pratiquement inséparables des États-Unis. Dans les deux sens, les ventes de porc à elles seules se chiffrent à 1 milliard de dollars. Nous vendons pour environ 1 milliard de dollars de porc aux États-Unis, et les États-Unis nous vendent pour environ 1 milliard de dollars de porc. C'est seulement pour les ventes de porc.

La possibilité que l'ALENA soit adopté tardivement ou même pas du tout crée de l'incertitude dans notre marché intégré. Le porc va tout de même continuer de circuler dans l'industrie nord-américaine, mais l'impact se fera sentir sur les producteurs et sur le prix qu'ils reçoivent pour leur produit. Le prix du marché devient instable lorsqu'il y a de l'incertitude ou lorsque la chaîne d'approvisionnement est perturbée, même si ce n'est qu'en apparence, et cela a une incidence sur le prix que les producteurs reçoivent pour leur produit, et malheureusement, la plupart du temps, les prix diminuent.

Nous suivons les négociations de l'ALENA et y participons dans la mesure du possible. Nous travaillons avec nos homologues des États-Unis et du Mexique afin de voir comment nous pouvons moderniser l'ALENA, parce que l'accord initial a été très favorable à notre industrie et a permis à l'Agence canadienne d'inspection des aliments et à l'organisation américaine correspondante de coopérer et de collaborer. Cet

the years. That cooperation allowed the North American industry to become better at what they do and access global markets.

We're really concerned about where this is going. We're watching it. I don't think anyone is going to be a winner if this continues to escalate and we end up with retaliatory tariffs.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** We are talking about the infamous carbon tax. We know that some provinces are imposing it, including Quebec, and we also know that Saskatchewan does not want to impose it. Last Tuesday, in his appearance before the Standing Senate Committee on National Finance, Minister Morneau said that there will be a federal model for all the provinces, including those that do not apply the tax. However, elections are currently being held in Ontario. If, for any reason whatsoever, a Conservative government were elected, we know that it wants to abolish the carbon tax. What impact would that have on your production? Would certain producers not be tempted to move their facilities to provinces that do not apply this tax? It is one thing to say that it has an effect on climate change, but a tax is a tax, and taxes can influence prices. I do not know if this tax would affect pork prices. What do you have to say about the carbon tax? Do you think certain industries will choose to relocate?

[*English*]

**Mr. Stordy:** I would suggest that producers probably won't move from one province to another because of the carbon tax. I think the real factor is how each province or each provincial government, to be more specific, implements a tax and how it is applied to producers. Province A may decide to provide a full return of any funds collected from that producer on the carbon tax, while Province B may decide to invest in something else rather than making that return to the producer. What it would do is create basically not an unfair situation but a competitive disadvantage for Producer A in one province versus Producer B. Chances are, if Producer A is in an uncompetitive situation, they will just end up shutting down rather than moving, because barns are not inexpensive to build. With some of the technology and requirements and the fact that they may be moving their family, they may look for other options. I know for our producers right now, they're really trying to understand what the potential impact is — frankly, the cost — and how it's going to be applied. In many cases, they don't have those answers yet.

aspect a été négligé au fil des ans. C'est grâce à cette coopération que l'industrie nord-américaine s'est améliorée et a pu accéder aux marchés internationaux.

Nous nous préoccupons grandement de ce qui va arriver. Nous surveillons la situation. Je crois que nous serons tous perdants si la situation continue de dégénérer et que nous nous retrouvons la cible de représailles tarifaires.

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** On parle de la fameuse taxe sur le carbone. On sait que certaines provinces l'appliquent, entre autres le Québec, et on sait aussi que la Saskatchewan ne veut pas l'appliquer. Mardi dernier, lors de sa comparution au Comité sénatorial permanent des finances nationales, le ministre Morneau a affirmé qu'il y aura un modèle fédéral pour toutes les provinces, y compris pour celles qui n'appliquent pas la taxe. Or, des élections se tiennent en ce moment en Ontario. Si, pour quelque raison que ce soit, un gouvernement conservateur était élu, on sait que ce dernier souhaite abolir cette taxe sur le carbone. Quel impact cela aura-t-il sur votre production? Certains producteurs ne seront-ils pas tentés de déménager leurs installations dans une province qui n'applique pas cette taxe? On a beau dire que cela a un effet sur les changements climatiques, mais il reste qu'une taxe est une taxe et que cela peut influencer les prix. Je ne sais pas si cette taxe risque d'influer sur le prix du porc. J'aimerais que vous nous donniez vos commentaires sur la taxe sur le carbone et sur les possibilités que certaines industries choisissent de se déplacer.

[*Traduction*]

**M. Stordy :** Je dirais que les producteurs ne vont probablement pas déménager dans une autre province à cause de la taxe sur le carbone. Je crois que le principal facteur sera la façon dont chaque province ou chaque gouvernement provincial, pour être précis, va imposer la taxe et comment cela va toucher les producteurs. Peut-être que la province A va décider de rembourser intégralement au producteur la taxe sur le carbone qui a été perçue, et peut-être que la province B va décider d'investir dans autre chose plutôt que de rembourser le producteur. Je n'irai pas jusqu'à dire que cela créerait une situation inéquitable, mais essentiellement, cela affaiblirait la position concurrentielle du producteur A par rapport au producteur B. Si le producteur A n'est plus compétitif, il risque de simplement mettre la clé sur la porte au lieu de déménager, étant donné que les porcheries sont très coûteuses à construire. En plus des considérations techniques et des exigences à respecter, il y a peut-être aussi une famille à prendre en considération, alors le producteur va peut-être songer à d'autres options. En ce qui concerne nos producteurs, je sais qu'ils essaient vraiment présentement de comprendre quels seront les impacts éventuels, — quel sera le coût, pour parler franchement — et comment cela se ferait. Dans bon nombre de cas, ils cherchent toujours des réponses.

**Senator Diane F. Griffin** (*Chair*) in the chair.

**The Chair:** Thank you. I'd like to take this opportunity to thank the witnesses. Obviously, we could have gone on for quite some time, but you've given us a lot of good input and that's greatly appreciated.

We now have our guests for the second panel. Dan Paszkowski is with the Canadian Vintners Association, President and Chief Executive Officer; and from Spirits Canada, we have Jan Westcott, President and Chief Executive Officer, and CJ Hélie, Executive Vice President. We'll hear from the vintners first.

**Dan Paszkowski, President and Chief Executive Officer, Canadian Vintners Association:** Thank you and good morning.

As the national voice of the Canadian wine industry, our members represent 90 per cent of all Canadian wine production. From growing grapes and wine production to packaging, distribution, marketing, retail sales, consumption and container disposal, wine is amongst the highest value-added agri-food products in the world.

Our members are farmers operating within a vertically integrated business model. Our economic impact extends well beyond direct sales and employment, with strong linkages to tourism, retail sales, bars and restaurants.

Today we have more than 700 grape wineries located in six provinces across Canada, with 31,000 acres of vineyards supporting 1,800 grape growers. Unlike many other sectors of the economy, once our vines are planted, it is impossible to move our agri-food operation to another jurisdiction.

The Canadian wine industry produces high-quality, award-winning wines and contributes more than $9 billion to the national economy, supporting over 37,000 jobs and attracting almost 4 million tourist visitors to wine country each year.

Canada is now the second-fastest-growing wine market in the world, with wine consumption growing three times faster than the global average, making competition for shelf space fierce. Over the past decade, wine sales in Canada have grown by 116 million litres, but imports have captured 68 per cent of this growth.

**La sénatrice Diane F. Griffin** (*présidente*) occupe le fauteuil.

**La présidente :** Merci. Je vais profiter de l'occasion pour remercier les témoins. À l'évidence, nous aurions pu continuer longtemps, mais vous nous avez tout de même fourni de bons témoignages, et nous vous en sommes très reconnaissants.

Nous allons accueillir notre deuxième groupe de témoins. Dan Paszkowski, président et chef de la direction de l'Association des vignerons du Canada, et Jan Westcott et CJ Hélie, respectivement président et chef de la direction et vice-président exécutif de Spirits Canada. Commençons par les vignerons.

**Dan Paszkowski, président et chef de la direction, Association des vignerons du Canada :** Merci et bonjour.

Notre association est le porte-parole national de l'industrie canadienne du vin. Nos membres représentent 90 p. 100 de la production vinicole canadienne. De la culture de vigne à la production de vin en passant par le conditionnement, la distribution, la publicité, la vente au détail ou l'élimination des contenants, le vin est un produit agroalimentaire ayant l'une des plus hautes valeurs ajoutées au monde.

Nos membres sont des agriculteurs, et leurs activités s'inscrivent dans un modèle de gestion à intégration verticale. Notre impact économique dépasse largement les ventes directes et les emplois; nous sommes aussi étroitement liés à l'industrie du tourisme, aux détaillants, aux bars et aux restaurants.

Aujourd'hui, nous comptons plus de 700 établissements vinicoles dans six provinces d'un bout à l'autre du Canada, soit 31 000 acres de vignobles pour 1 800 vignerons. Contrairement à de nombreux autres secteurs de l'économie, une fois que les vignes sont plantées, nos membres ne peuvent pas réinstaller leur exploitation agroalimentaire dans une autre région administrative.

L'industrie vinicole canadienne produit des vins de qualité qui ont remporté de nombreux prix. Elle injecte plus de 9 milliards de dollars dans l'économie nationale, permet à plus de 37 000 personnes de travailler et attire chaque année près de 4 millions de touristes au pays.

Présentement, le marché du vin canadien est au second rang quant à la croissance la plus rapide, et la consommation de vin au pays augmente trois fois plus rapidement que la moyenne mondiale. Vous comprenez pourquoi on se dispute énergiquement l'espace d'étalage. Au cours de la dernière décennie, les ventes de vin au Canada ont augmenté de 116 millions de litres, et les importations ont représenté 68 p. 100 de la croissance.

Canada is the sixth-largest wine importer in the world, and per capita wine sales in Canada have increased by 27 per cent over the past decade. This is an encouraging trend, with experts stating that the Canadian wine market is poised to grow by almost 16 per cent by 2021, creating an additional 90 million litre sales opportunity.

The strong social and economic importance of farming activities within the rural economy increases the significance of value-added agricultural initiatives, such as wine production, because the benefits spill over beyond the farm gate.

Value-added wine production is a means to increase employment, revitalize and diversify rural communities, increase farmers' financial stability, promote a culture of research and innovation, increase quality and brand recognition for regional products while developing niche markets, and promote collective solutions and partnerships along the agri-food value chain.

Today, the Canadian wine industry is known to produce high-quality products and provide benefits to Canada's economy and cultural life.

A recent Gandalf survey found that three quarters of Canadians are wine drinkers and most purchase Canadian wine some of the time. But more importantly, 81 per cent believe that the Canadian wine industry contributes to the economic vitality of agriculture in rural areas, 78 per cent believe the Canadian wine industry contributes to Canada's tourism industry, and 74 per cent believe that Canadian wines can compete internationally.

Our challenge is not food safety or quality standards. It is linked to the simple fact that imports represent 67 per cent of all wine sold in Canada, compared to an 8 per cent wine sales market share for our premium VQA wines. It is impossible to increase our focus on expanding our global reach when the world's largest exporters want greater access to our domestic market.

The first step to success is to ensure that we have free trade within Canada. To have wine delivered from a domestic winery is a fact of life in major wine-producing countries, but, in Canada, this would be illegal in seven of 10 provinces, although nine out of 10 Canadians state that they would like provincial laws changed to be able to order wine from an out-of-province winery and have it delivered to their home.

Six years after the unanimous passage of Bill C-311 in both the House of Commons and the Senate, the ratification of the Canadian Free Trade Agreement in 2017 and a Supreme Court

Le Canada est le sixième importateur de vin au monde, et les ventes de vin par habitant au Canada ont augmenté de 27 p. 100 au cours des 10 dernières années. C'est une tendance encourageante, et les experts prévoient que le marché du vin canadien devrait croître de près de 16 p. 100 d'ici 2021, ce qui veut dire de 90 millions de litres de plus à vendre sur le marché.

L'exploitation agricole a beaucoup d'importance sur les plans social et économique dans l'économie des régions rurales. Cela veut dire que les initiatives agricoles, comme la production vinicole, ont une forte valeur ajoutée, puisque les retombées ne se limitent pas à l'exploitation agricole proprement dite.

La production vinicole à valeur ajoutée permet de créer des emplois, de revitaliser et de diversifier les collectivités rurales, de renforcer la stabilité financière des agriculteurs, de promouvoir une culture propice à la recherche et à l'innovation, de mettre en relief la qualité et l'image de marque des produits régionaux tout en développant les marchés à créneau et de promouvoir les partenariats et les solutions collectives tout au long de la chaîne de valeur de l'industrie agroalimentaire.

De nos jours, l'industrie vinicole canadienne est reconnue pour ses produits de qualité et pour sa contribution à l'économie et à la vie culturelle du Canada.

Selon un sondage réalisé récemment par le groupe Gandalf, trois Canadiens sur quatre sont des consommateurs de vin, et la plupart achètent du vin canadien au moins de temps en temps. Faits plus importants encore, 81 p. 100 d'entre eux croient que l'industrie vinicole canadienne contribue à la vitalité économique de l'agriculture dans les régions rurales, 78 p. 100 croient que notre industrie soutient l'industrie du tourisme canadien et 74 p. 100 croient que les vins canadiens peuvent être compétitifs sur la scène internationale.

Nous n'éprouvons pas de difficultés en ce qui concerne la salubrité alimentaire ou les normes de qualité. Nos difficultés tiennent au simple fait que les vins importés représentent 67 p. 100 des vins vendus au Canada. Par comparaison, nos vins VQA de première qualité représentent 8 p. 100 du marché. Nous ne pouvons pas en faire davantage pour étendre notre rayonnement mondial alors que les plus grands exportateurs du monde cherchent de plus en plus à pénétrer notre marché national.

Pour réussir, nous devons avant tout promouvoir le libre-échange au Canada. Dans les grands pays producteurs de vin, il est normal qu'un établissement vinicole livre son vin, mais au Canada, ce serait illégal dans 7 des 10 provinces, même si 9 Canadiens sur 10 disent qu'il faudrait changer les lois provinciales de façon à pouvoir se faire livrer à domicile des vins d'une autre province.

Cela fait six ans que le projet de loi C-311 a été adopté à l'unanimité par la Chambre des communes et le Sénat, et l'Accord de libre-échange canadien a été ratifié en 2017. Il y a

decision a few months ago, interprovincial winery-to-consumer delivery remains illegal for 80 per cent of the Canadian population.

quelques mois, la Cour suprême a rendu une décision à ce sujet, et pourtant, la livraison interprovinciale de vin aux consommateurs est toujours illégale pour 80 p. 100 de la population canadienne.

Under the auspices of the Canadian Free Trade Agreement, we now await the recommendations of the federal-provincial-territorial Alcoholic Beverages Working Group. The CBA has provided a legislative proposal that meets all internal and international obligations and remains hopeful that the Alcoholic Beverages Working Group will support the implementation of a provincially legislated interprovincial winery-to-consumer delivery system when they report to their respective internal trade ministers by July 1, 2018.

Nous attendons maintenant, dans le cadre de l'Accord de libre-échange canadien, les recommandations du groupe de travail fédéral-provincial-territorial sur les boissons alcooliques. L'Association du Barreau canadien a déposé une proposition législative qui remplit toutes les exigences nationales et internationales, et elle continue à espérer que le groupe de travail sur les boissons alcooliques soutiendra la mise en œuvre d'un système de livraison interprovincial, de l'établissement vinicole aux consommateurs, qui sera régi par les lois provinciales. Le groupe de travail présentera son rapport à leur ministre du Commerce intérieur respectif d'ici le 1er juillet 2018.

The country as a whole benefits if unnecessary barriers to internal trade are minimized and if producers have fair access throughout the domestic market that responds to consumer demand. This helps them to scale up in order to compete abroad.

En réduisant les obstacles inutiles au commerce intérieur et en donnant aux producteurs un accès équitable à l'ensemble du marché intérieur pour répondre à la demande, c'est tout le pays qu'on avantage. On aide également ainsi les producteurs à élargir leurs activités pour être compétitifs sur la scène internationale.

Second, the Canadian wine industry has always been a supporter of free and fair trade, but the reality is that VQA wines have captured only 17 per cent of wine sales growth over the past decade compared to 68 per cent for imports.

L'industrie vinicole canadienne a toujours aussi soutenu le commerce libre et équitable. Cependant, le fait est que les vins VQA ne représentent que 17 p. 100 de l'augmentation des ventes de vin au cours des 10 dernières années, en comparaison de 68 p. 100 pour les importations.

Canada has signed free-trade agreements with many of the largest wine-producing countries in the world. Today, under CETA, NAFTA and CPTPP, 91 per cent of wine imports to Canada will enter tariff free. Trade within these FTAs and with other countries has benefited our import competition by $2.2 billion in annual import sales compared to $12.4 million in exports from Canada. This is not fair trade and impacts Canada's ability to foster value-added investment and grow market share at home.

Le Canada a conclu des accords de libre-échange avec de nombreux pays qui comptent parmi les plus grands producteurs de vin au monde. Aujourd'hui, dans le cadre de l'AECG, de l'ALENA et du PTPGP, 91 p. 100 des importations de vin qui entrent au Canada le feront en franchise de droits. Les accords de libre-échange et le commerce avec les autres pays ont favorisé nos concurrents; les importations annuelles représentent 2,2 milliards de dollars, par comparaison aux 12,4 millions de dollars de produits que le Canada exporte. Ce n'est pas un commerce équitable, et cela nuit à la capacité du Canada de profiter d'investissements à valeur ajoutée et d'élargir nos parts du marché intérieur.

Further, our value-added import competition provides significant support to their wine and grape industries. For example, in 2017, EU wine and grape support amounted to CDN $1.83 billion, which included $357 million in annual grants to cover 40 per cent of processing and wine infrastructure investments, while the Australian government provided their wine industry with $50 million in export and domestic wine support aimed at increasing Australian wine sales. In a similar fashion, the Chilean government is investing $84 million to develop and expand its wine tourism trade.

Deuxièmement, nos compétiteurs qui importent des produits à valeur ajoutée soutiennent énormément leur industrie vinicole et viticole. Par exemple, en 2017, le soutien fourni à ces industries par l'Union européenne se chiffrait à 1,83 milliard de dollars canadiens, dont une tranche de 357 millions de dollars en subventions annuelles pour financer à hauteur de 40 p. 100 les investissements dans l'infrastructure de production et de transformation du vin. Le gouvernement australien, quant à lui, a injecté 50 millions de dollars dans son industrie vinicole afin de soutenir les exportations et le marché intérieur, dans le but d'augmenter les ventes de vins australiens. De façon similaire, le gouvernement chilien a investi 84 millions de dollars dans le développement et l'expansion de son industrie touristique liée au vin.

Third, legislating the annual indexation of the excise duty on wine to the Consumer Price Index in Budget 2017 has impacted the competitiveness of Canadian wineries. This annual taxation has taken place at the same time as the United States provided $222 million in annual excise reductions on all U.S. wine sales, and Australia has implemented an annual $275 million excise rebate for its wine producers. The excise escalator threatens the growth of our wine sales market share in Canada and our ability to create new export opportunities.

Troisièmement, la réglementation de l'indexation annuelle de la taxe d'accise du vin en fonction de l'indice des prix à la consommation, dans le budget de 2017, a nui à la compétitivité des établissements vinicoles canadiens. Cette imposition annuelle est arrivée au moment où les États-Unis ont fourni 22 millions de dollars pour réduire annuellement la taxe d'accise applicable à toutes les ventes de vin aux États-Unis, tandis que l'Australie mettait en œuvre une remise sur la taxe d'accise de 275 millions de dollars annuellement pour ses producteurs vinicoles. L'augmentation progressive de la taxe d'accise menace la croissance de notre part du marché au Canada et notre capacité d'exploiter de nouveaux débouchés extérieurs.

In conclusion, Canada's value-added wine industry has the potential to double its size over the next decade and grow our economic impact to $18 billion. This growth potential is dependent upon more aggressive federal action to support the removal of internal barriers to trade, free and fair trade agreements and program support and tax policies that drive economic growth. In partnership with government, we can create well-paying jobs, boost productivity and competitiveness and build long-term growth for the Canadian wine industry, with positive returns to the federal government.

En conclusion, l'industrie vinicole à valeur ajoutée du Canada a le potentiel de doubler de volume au cours de la prochaine décennie et d'augmenter son impact économique de l'ordre de 18 milliards de dollars. Pour ce faire, cependant, le gouvernement fédéral devra prendre des mesures énergiques en vue d'éliminer les obstacles nationaux au commerce et de promouvoir les accords de libre-échange, les programmes et les politiques fiscales qui favorisent la croissance économique. Nous pouvons, en partenariat avec le gouvernement, créer des emplois bien rémunérés, stimuler la productivité, accroître la compétitivité et contribuer à la croissance à long terme de l'industrie vinicole du Canada, ce qui générera de bons rendements pour le gouvernement fédéral.

Thank you.

Merci.

**The Chair:** Thank you very much.

**La présidente :** Merci beaucoup.

**Jan Westcott, President and Chief Executive Officer, Spirits Canada:** I'm Jan Westcott, President and CEO of Spirits Canada. My colleague CJ Hélie is Executive Vice President of the Association. Later on, when you have really hard questions, please address them to CJ.

**Jan Westcott, président et chef de la direction, Spirits Canada :** Je m'appelle Jan Westcott et je suis président et chef de la direction de Spirits Canada. Je suis accompagné aujourd'hui par mon collègue, CJ Hélie, vice-président exécutif de l'association. Si vous avez des questions très difficiles à poser, je vous demanderais de vous adresser à CJ.

Thank you. We're pleased to be here today to share our views, experiences and recommendations on how to enhance the competitiveness of our value-added food sector in global markets.

Merci. Nous sommes heureux d'être ici aujourd'hui pour vous faire part de nos points de vue, de nos expériences et de nos recommandations quant à la façon d'améliorer la compétitivité du secteur des aliments à valeur ajoutée du Canada sur les marchés mondiaux.

Spirits Canada is the sole national organization representing the interests of Canadian spirits manufacturers, marketers, consumers and exporters. Our member companies account for over 85 per cent of domestic spirits production and over 90 per cent of Spirits Canada international exports.

Spirits Canada est la seule organisation qui représente les intérêts des producteurs, des distributeurs, des consommateurs et des exportateurs de spiritueux canadiens. Nos membres produisent plus de 85 p. 100 des spiritueux et représentent plus de 90 p. 100 des exportations internationales de spiritueux canadiens.

Built on the foundation of our signature product of Canadian whisky and Canadian rye whisky, the Canadian spirits industry is perhaps the highest value-added category within the entire processed agri-food sector.

Fondée sur nos produits phares, le whisky et le rye canadien, l'industrie canadienne des spiritueux est peut-être le secteur à plus forte valeur ajoutée de l'ensemble de l'industrie des produits agroalimentaires transformés.

As this is the Senate's foremost authority on the agriculture sector, I wish to remind senators that Canadian whisky is produced from grain grown virtually 100 per cent by Canadian farmers. In fact, we're very proud of the fact that in every province in which we produce spirits in Canada, the sole source of our grains are Canadian farmers, whether it's Ontario, Manitoba, Quebec or Alberta. I want to underline that because we are uniquely Canadian in that sense.

Comme votre comité est la principale autorité du Sénat dans le secteur de l'agriculture, j'aimerais rappeler aux sénateurs que le whisky canadien est produit à partir de céréales cultivées presque à 100 p. 100 par des agriculteurs canadiens. À dire vrai, nous sommes très fiers de pouvoir affirmer que, dans toutes les provinces où nous produisons des spiritueux, les agriculteurs canadiens sont notre seule source de céréales, que ce soit en Ontario, au Manitoba, au Québec ou en Alberta. Je tiens à mettre cela en relief, parce que cela veut dire que nous sommes authentiquement canadiens.

With a wholesale value in excess of $650 million, spirits annually represent more than two thirds the value of all Canadian beverage alcohol exports, far surpassing the combined value of beer, cider and wine. But all is not well, and, thanks largely to self-inflicted wounds, Canadian spirits manufacturers are falling behind our major international competitors in the Scotch, American and Irish whisky sectors. The industry's year-to-date international shipments in the first quarter are down an alarming 6.9 per cent from last year, despite near-record consumer interest in the industry's forte, rye whisky. This dip is a continuation of a longer-term trend in which the value of American whisky exports surpassed those of Canadian whisky in 2000 and those of Irish whisky surpassed ours in 2010.

Les ventes en gros de spiritueux représentent plus de 650 millions de dollars, soit annuellement plus des deux tiers de la valeur de toutes les exportations canadiennes de boissons alcooliques, dépassant de loin la valeur combinée des exportations de bière, de cidre et de vin. Toutefois, tout ne va pas pour le mieux et, dû en grande partie à leurs propres erreurs, les fabricants de spiritueux canadiens ont pris du retard par rapport à leurs principaux concurrents internationaux dans les secteurs du whisky écossais, américain et irlandais. Les livraisons à l'échelle internationale depuis le début de l'année 2018 affichent une baisse alarmante de 6,9 p. 100 par rapport à l'an dernier, malgré l'intérêt croissant des consommateurs pour le rye, le point fort de l'industrie. Cette baisse est le prolongement d'une tendance à long terme selon laquelle la valeur des exportations du whisky américain et du whisky irlandais a dépassé celle du whisky canadien en 2000 et en 2010 respectivement.

I'd like to talk about root causes for a minute or two. Last year, the House of Commons rejected the advice of the Senate to withdraw from the budget implementation legislation a proposed annual escalator clause amendment to the Excise Act, 2001, that would implement automatic annual increases to beverage alcohol excise duties on April 1 of each and every year thereafter. The Senate's entirely reasonable recommendation that Parliament should have an opportunity to review and assess any future potential tax increases on spirits and other beverages, based on the circumstances at the time, was ignored.

Parlons un peu des causes profondes. L'an dernier, la Chambre des communes a rejeté l'avis du Sénat de retirer de la Loi d'exécution du budget une proposition de modification annuelle de la Loi de 2001 sur l'accise qui entraînait une augmentation annuelle automatique des droits d'accise sur les boissons alcooliques le 1<sup>er</sup> avril de chaque année. La recommandation tout à fait raisonnable du Sénat selon laquelle le Parlement devrait avoir la possibilité d'examiner et d'évaluer les augmentations futures potentielles des taxes sur les spiritueux et autres boissons, compte tenu des circonstances du moment, a été ignorée.

And what are those circumstances today? On January 1, 2018, the U.S. administration cut excise duties on American beverage alcohol products, including spirits. Adopting a stepped-fee approach to spirits excise duties, a recommendation that was rejected by our own Department of Finance, the U.S. has reduced the excise burden on a typical bottle of spirits by 10 cents a bottle. I know that sounds like a small amount, and I'm going to come back and talk about that.

Quelles sont ces circonstances aujourd'hui? Le 1er janvier 2018, l'administration américaine a réduit les droits d'accise sur les boissons alcooliques américaines, y compris les spiritueux. En adoptant une approche par palier pour les droits d'accise sur les spiritueux, une recommandation rejetée par notre propre ministère des Finances, les États-Unis ont réduit le droit d'accise d'une bouteille typique de spiritueux de 10 cents la bouteille. Je sais que cela semble peu, mais je vais y revenir plus tard.

Here in Canada, Finance has imposed an increase of 12 cents over the last two years, with an additional 8 cents estimated for April 1, 2019, for a cumulative 20 cents a bottle. So the gap between American and Canadian excise duty rates has grown by 30 cents a bottle over a very short period.

Au Canada, le ministère des Finances a imposé une augmentation de 12 cents au cours des deux dernières années, et on prévoit une augmentation supplémentaire de 8 cents le 1er avril 2019, ce qui donne un total de 20 cents de plus par bouteille. Ainsi, l'écart entre les taux des droits d'accise

américains et canadiens a augmenté très rapidement sur une courte période et est maintenant de 30 cents la bouteille.

This characterization, however, only tells half the story, given subsequent taxes that are imposed in Canada. Both larger in magnitude than in the United States and more likely to be *ad valorem*, or based on the price of the product, the actual effect is exponentially higher when it comes to the impact on final prices facing consumers.

Toutefois, ce n'est qu'une partie de l'histoire, étant donné que les taxes subséquentes imposées au Canada sont plus élevées qu'aux États-Unis et sont plus susceptibles d'être de type *ad valorem*, c'est-à-dire de suivre le prix du produit. L'effet réel est donc exponentiellement plus élevé quand il s'agit de l'impact sur le prix final que doit payer le consommateur.

By April 2019, the impact of the difference in excise duties between the rate in Canada and the U.S, compounded by subsequent federal and sub-national, provincial or state municipal taxes, will be $5 per bottle. The actions taken by the Government of Canada will have driven by differences between our prices and U.S. prices by an additional $5. Everyone knows that, when you go to the United States, you can buy a bottle of Crown Royal for a lot less than you can buy it in Canada. That gap just got widened by $5.

D'ici avril 2019, l'incidence de la différence entre le taux des droits d'accise entre le Canada et les États-Unis, auxquelles s'ajoutent les taxes fédérales et sous-nationales, c'est-à-dire les taxes provinciales et municipales, équivaudra à 5 $ la bouteille. Les mesures prises par le gouvernement Canada feront qu'il y aura une différence supplémentaire de 5 $ entre nos prix et ceux en vigueur aux États-Unis. Tout le monde sait qu'aux États-Unis, le prix d'une bouteille de whisky Crown Royal est beaucoup plus bas qu'au Canada; l'écart sera maintenant de 5 $.

Put another way, in 2015, the impact of Canada's higher excise duty rates at retail was an unsustainable 70 per cent versus the U.S., and, by April 2019, this additional burden will have grown to a staggering 90 per cent.

Autrement dit, en 2015, l'impact des droits d'accise plus élevés au Canada sur le commerce de détail était d'un niveau insoutenable, de 70 p. 100 par rapport aux États-Unis, et, en avril 2019, ce fardeau supplémentaire aura atteint un taux stupéfiant de 90 p. 100.

Simply put, without significant tax relief for Canadian spirits manufacturers — and I would say our colleagues in the beer and wine industry; we're all struggling with this — ours may be the last generation to enjoy the significant benefits of a local domestic manufacturing industry for spirits.

Pour résumer, sans allégements fiscaux importants pour les fabricants canadiens de spiritueux — j'irais même jusqu'à dire que cela vaut aussi pour nos collègues de l'industrie de la bière et du vin, puisque nous éprouvons tous des difficultés —, notre génération pourrait être la dernière à bénéficier des avantages importants de l'industrie de la fabrication locale.

What we're seeing in the United States today is very similar to our experiences in Korea when the U.S. concluded their free trade agreement with that country in advance of Canada's own FTA with Korea. Importers and distributors in Korea shifted their focus and attention in brand portfolios to products with lower taxes and higher potential profit margins, and, in the 12 months following the U.S. signing their deal, the value of our exports to Korea declined by over 50 per cent. The same dynamic is occurring in all of the important U.S. market states as distributors focus on products with greater margins.

Ce que nous observons aujourd'hui aux États-Unis est très semblable à ce que nous avons vécu en Corée, lorsque les États-Unis ont conclu leur accord de libre-échange avec ce pays avant que nous ayons conclu notre propre accord de libre-échange avec la Corée. L'intérêt des importateurs et des distributeurs s'est déplacé, dans les portefeuilles de marques, vers les produits assujettis à de plus faibles taux d'imposition et profitant de marges bénéficiaires potentiellement plus élevées. Au cours des 12 mois suivant la signature de l'accord entre la Corée et les États-Unis, la valeur de nos exportations vers la Corée a diminué de plus de 50 p. 100. Aujourd'hui, on observe la même dynamique sur le marché de tous les États américains, où les distributeurs n'ont d'yeux que pour les produits les plus rentables.

On its face, the U.S. excise duty tax reduction that took place on January 1 should flow equally to imports selling in the United States, but the U.S. rules related to sharing the rate reduction within a controlled group — so you're a company, you control a whole series of brands — means that many Canadian exporters will not share the same level of benefit as American-based manufacturers. The result is a shift in industry investment throughout the supply chain — brand owners, distributors and retailers — away from Canadian whisky to American whisky.

À première vue, on croirait que la réduction de la taxe d'accise en vigueur depuis le 1er janvier s'appliquerait également aux produits importés par les États-Unis. Cependant, les règles relatives au partage de la réduction au sein d'un groupe contrôlé — si vous êtes une entreprise, vous avez toutes sortes de marques de produits — signifient que de nombreux exportateurs canadiens ne bénéficieront pas d'autant d'avantages que les fabricants américains. En conséquence, il y a un changement dans les investissements de l'industrie qui touche l'intégralité de

la chaîne d'approvisionnement — le propriétaire de la marque, le distributeur et le détaillant — au détriment du whisky canadien et à l'avantage du whisky américain.

The biggest challenge for the Canadian industry over the past decade has been to attract its fair share of the global investment to the Canadian whisky franchise. Investment in globally competitive production facilities, laying down distillate that over the years matures into whisky, investment in new brands and opening new markets. The low margins available in Canada and a hostile policy environment that sees locally made spirits disadvantaged versus foreign products in terms of retail access has made Canada a very low priority investment market.

La plus grande difficulté pour notre industrie au cours des 10 dernières années a été d'attirer sa juste part de l'investissement mondial dans la franchise du whisky canadien. Nous parlons d'investissements dans des installations de production compétitives à l'échelle mondiale, dans la production du distillat qui, en vieillissant, se transforme au fil des ans en whisky, dans de nouvelles marques et dans l'accès à de nouveaux marchés. Les faibles marges au Canada et l'environnement politique hostile envers les spiritueux locaux ont désavantagé notre industrie par rapport aux industries étrangères en ce qui concerne l'accès aux commerces de détail. En conséquence, le Canada est un marché d'investissement de très faible priorité.

The circumstances became considerably more hostile with the annual indexing of already excessively high federal duties on spirits, compounding the uncertainty regarding NAFTA negotiations, the imminent threat of retaliatory tariffs between the United States and Canada.

Les circonstances sont devenues beaucoup plus hostiles avec l'indexation annuelle des droits fédéraux sur les spiritueux, déjà excessivement élevés, l'incertitude connexe entourant la négociation de l'ALENA et la menace imminente de représailles tarifaires entre les États-Unis et le Canada.

No country in the world so disadvantages its own principal export good in its home market. Canada could learn from, to take one example, the government of Mexico's ongoing support of its national drink — tequila.

Aucun pays au monde ne désavantage ainsi son principal produit d'exportation dans son marché intérieur. Le Canada devrait prendre exemple sur le gouvernement mexicain, qui offre un soutien indéfectible à sa boisson nationale, la tequila.

We are not seeking the same level of active support as is provided to Mexican tequila or American bourbon. We are simply asking the government to stop actively harming Canadian whisky producers.

Nous ne demandons pas le même niveau de soutien actif que celui accordé à la tequila mexicaine ou au bourbon américain. Nous demandons seulement au gouvernement de cesser de nuire activement aux producteurs de whisky canadien.

The U.S. market dynamic is so important. My comments have largely focused on this emerging crisis situation. I will leave comments related to the other costs, such as interprovincial barriers and other elements, to another day or to questions that senators have.

La dynamique du marché américain est si importante que mes commentaires ont surtout porté sur la situation de crise émergente. Je parlerai des autres coûts, entre autres en ce qui concerne les obstacles interprovinciaux, un autre jour ou en répondant à vos questions.

Thank you very much. I appreciate your attention.

Merci beaucoup de votre attention.

[*Translation*]

[*Français*]

**Senator Maltais:** Welcome, gentlemen. Who would not find your presence here today interesting? You represent a very important market for Canadians.

**Le sénateur Maltais :** Bienvenue, messieurs. Qui ne trouverait pas intéressante votre présence ici aujourd'hui. Vous représentez un marché fort important pour les Canadiens.

In the last few years, Canadian wine producers have gotten a second wind. For example, Quebec producers have been fighting for many years to be able to sell their wines in the Société des alcools du Québec, or SAQ, outlets. According to statistics published last week by the SAQ, the bestselling wines are from Quebec and Canada, which is leading to a sharp decrease in French and Chilean wine imports. Furthermore, Quebec-made spirits — specifically gin and vodka — we do not make any rye

Depuis quelques années, les producteurs de vin canadiens ont repris du poil de la bête. Par exemple, au Québec, pendant de nombreuses années, les producteurs ont mené une lutte afin de pouvoir vendre leurs vins dans les magasins de la Société des alcools du Québec (SAQ). Selon des statistiques publiées par la SAQ la semaine dernière, les vins les plus vendus au Québec sont des vins québécois et canadiens, ce qui entraîne une forte diminution de l'importation de vins français et chiliens. De plus, les spiritueux fabriqués au Québec — on ne produit ni rye ni

or bourbon — have overtaken imports from other countries, particularly Finland and the Scandinavian countries.

bourbon —, en particulier le gin et la vodka, ont supplanté les importations d'autres pays, en particulier de la Finlande et des pays nordiques.

However, interprovincial delivery is a major factor in Quebec. We would really like to be able to choose wines from British Columbia and the Niagara region, but that is still a problem. Quebec City and Vancouver are far apart, but Quebec and the Niagara peninsula are not. In the short or medium term, could we see wine move freely?

Cependant, il reste un facteur très important au Québec : la livraison interprovinciale. On aimerait bien pouvoir choisir des vins de la Colombie-Britannique et de la région du Niagara, mais c'est encore un problème. La distance est grande entre Québec et Vancouver, mais elle est très courte entre la péninsule du Niagara et le Québec. À court ou à moyen terme, est-ce qu'on pourrait envisager la libre circulation du vin?

[*English*]

**Mr. Paszkowski:** I would like to believe the answer is yes. As I mentioned in my presentation, we are awaiting a federal-provincial-territorial report that will be provided to internal trade ministers by July 1 of this year. We remain extremely hopeful that that report will include a recommendation to ministers to establish a legislated winery-to-consumer delivery system in Canada. Three provinces currently allow it to happen: British Columbia, Manitoba and Nova Scotia. The other seven do not. We view this as a really big opportunity.

[*Traduction*]

**M. Paszkowski :** J'aimerais bien pouvoir dire oui. Comme je l'ai mentionné dans mon exposé, un rapport fédéral-provincial-territorial devrait être présenté aux ministres du Commerce intérieur d'ici le 1er juillet 2018. Nous avons très bon espoir que le rapport recommandera entre autres choses, aux ministres d'établir au Canada un système réglementé de livraison de l'établissement vinicole aux consommateurs. C'est autorisé dans trois provinces actuellement : la Colombie-Britannique, le Manitoba et la Nouvelle-Écosse. C'est interdit dans les sept autres provinces, mais nous croyons que c'est une possibilité très intéressante.

You're absolutely correct in terms of we get a lot of Quebec tourists that visit Niagara, for example, but you can't have the wine brought back home. If you do try a wonderful bottle of Gamay Noir in Niagara and you get home and tell your friends about it, it is illegal to have that wine shipped back to your home. You can't contact the winery and have it shipped back for you. That is a significant problem.

Vous avez absolument raison lorsque vous dites que, même si de nombreux touristes québécois se rendent dans la région du Niagara, par exemple, ils ne peuvent pas obtenir ce vin chez eux. Disons que vous dégustez une bouteille de gamay noir dans la région du Niagara et que vous la vantez à vos amis du Québec, vous ne pourrez pas en commander parce que c'est illégal. Vous ne pouvez pas communiquer avec l'établissement vinicole pour vous en faire livrer. C'est un grave problème.

Our ability to build our consumer base in Canada is the pathway toward developing a lucrative export market. If you look at Argentina, it owns 99 per cent of its market. Ninety-nine per cent of Argentinians drink Argentinian wine. In Canada, we have a 30 per cent market share, but our premier wines have an 8 per cent market share.

C'est en augmentant notre clientèle au Canada que nous parviendrons à instaurer un marché d'exportation lucratif. Prenez l'Argentine, par exemple. L'industrie locale représente 99 p. 100 de son marché. Quatre-vingt-dix-neuf pour cent des Argentins boivent du vin de l'Argentine. Au Canada, notre industrie représente 30 p. 100 du marché, mais nos vins de première qualité, seulement 8 p. 100.

You did mention Quebec in your opening statements. VQA, our premier wines we produce in Canada, have one quarter of 1 per cent market share in the Quebec SAQ. For the largest wine-consuming province in the country, that is unfortunate. But if we had interprovincial trade, consumers with an interest in a wine would have the ability to try Ontario, Nova Scotia, Quebec and British Columbia wines. If they do have an interest in wine, the SAQ will start to list them more and more, as you have identified. For the largest wine-consuming province in the country to have the lowest percentage market share of Canadian wines is a disappointment.

Vous avez mentionné le Québec. Les produits VQA, nos vins de première qualité canadiens, représentent 0,25 p. 100 du marché de la Société des alcools du Québec. C'est dommage, surtout qu'il s'agit de la province qui consomme le plus de vin. Cependant, si le commerce interprovincial était possible, les consommateurs amateurs de vin pourraient essayer différents vins de l'Ontario, de la Nouvelle-Écosse, du Québec et de la Colombie-Britannique. Comme vous l'avez mentionné, plus les gens sont intéressés par le vin, plus la SAQ va tenir ce genre de produit. C'est décevant de voir que la province qui consomme le plus de vin au pays est aussi celle où le pourcentage de vin canadien consommé est le plus faible.

**CJ Hélie, Executive Vice President, Spirits Canada:** We are only available to be sold through the SAQ in Quebec. That's our sole sales channel. We have a great relationship with the SAQ, but we question their definition. You mention the ***produits du Québec*** stats in your question. They define the ***produits du Québec*** by the size of the producer licence in Quebec. They exclude from those products all the products made from Quebec-grown grains in the large distilleries. All the Smirnoff vodka sold in Canada is made in Valleyfield, Quebec, but the SAQ does not consider that a ***produit du Québec***, while a small distiller who imports grain-neutral spirit from Ontario and bottles it in Quebec is a ***produit du Québec***.

[*Translation*]

**Senator Maltais:** You are absolutely right. It is inconceivable, in the age of free trade agreements, that we have tariff barriers within our own country that prevent goods from moving freely.

We are also seeing a phenomenon. Young people today start drinking wine at a much earlier age than people of our generation. It is not uncommon to see young adults drink a couple of bottles of wine on Friday nights, whereas ten years ago, they would instead buy a case of beer. These days, they are drinking a lot more wine, and this consumption continues to grow.

Canadian wine is better than some of the plonk we import from countries I will not name out of respect for them. We import wine in containers, and the SAQ bottles them. They are not even good enough to cook with, whereas Canadian wines are better, no matter where they come from.

You mentioned small producers. I live across from the Île d'Orléans, where there are many excellent wine producers. However, these producers are not allowed to sell their wines at the SAQ. People have to go to the producers to buy the wines. Yet, these are superior-quality, even award-winning, wines. Government officials control this monopoly. They pretend to know Quebecers' tastes, and that is the problem. They know their own tastes.

Have you found that Canadians are drinking fewer spirits?

[*English*]

**The Chair:** Just a quick answer, please. The question was long, so the answer needs to be short.

**Mr. Hélie:** We saw a dramatic decline in spirits' share of beverage alcohol consumption in Quebec in the late 1970s through the 1980s, when bottled-in-Quebec wines and beers

**CJ Hélie, vice-président exécutif, Spirits Canada :** Nos produits ne sont vendus que dans les SAQ au Québec. C'est notre seul circuit de vente. Nous entretenons une excellente relation avec la SAQ, mais nous remettons en question sa définition. Vous avez mentionné des statistiques au sujet des produits du Québec dans votre question. Les produits du Québec sont définis selon le type de licence du producteur au Québec. On exclut de ces produits tous les produits faits à partir de grains cultivés au Québec dans de grandes distilleries. Toute la vodka Smirnoff vendue au Canada est fabriquée à Valleyfield, au Québec, mais la SAQ ne considère pas cela comme un produit du Québec, alors que les produits d'un petit distillateur qui importe de l'alcool neutre de l'Ontario et l'embouteille au Québec sont considérés comme des produits du Québec.

[*Français*]

**Le sénateur Maltais :** Vous avez tout à fait raison. Il est inconcevable, à l'heure des traités de libre-échange, qu'il y ait dans notre propre pays des barrières tarifaires qui empêchent la libre circulation des biens.

On observe également un phénomène : les jeunes d'aujourd'hui commencent à boire du vin beaucoup plus tôt que ceux de notre génération. Il n'est pas rare de voir, le vendredi soir, de jeunes adultes avec une ou deux bouteilles de vin, alors qu'il y a 10 ans, ils achetaient plutôt une caisse de bière. Aujourd'hui, ils consomment beaucoup plus de vin, et cette consommation continue de progresser.

Le vin canadien a une qualité supérieure à celle de certaines piquettes qu'on importe de pays que je ne nommerai pas par respect pour eux. On importe du vin dans des conteneurs qui est mis en bouteille par la SAQ. Ils ne sont même pas assez bons pour faire la cuisine, alors que les vins canadiens ont une qualité supérieure, peu importe d'où ils viennent.

Vous avez fait référence aux petits producteurs. Je demeure en face de l'île d'Orléans, où il y a beaucoup de producteurs d'excellents vins. Cependant, ces producteurs ne sont pas autorisés à les vendre à la SAQ. On doit acheter ces vins chez le producteur. Pourtant, ce sont des vins de qualité supérieure. Ils gagnent même des prix. C'est un monopole qui est dirigé par des fonctionnaires. Ceux-ci prétendent connaître les goûts des Québécois, de là l'erreur; ils connaissent leurs goûts à eux.

En ce qui concerne les spiritueux, avez-vous constaté que les Canadiens en consomment moins?

[*Traduction*]

**La présidente :** Une réponse courte seulement, je vous prie. La question était longue, donc la réponse doit être courte.

**M. Hélie :** Nous avons constaté une baisse spectaculaire de la proportion de spiritueux dans la consommation de boissons alcoolisées au Québec de la fin des années 1970 jusqu'aux

were expanded to chain grocery stores. More generally, across Canada over the last decade, we have remained roughly consistent in our market share of beverage alcohol. Wine has increased, beer has decreased, and spirits have been relatively stable for the last decade.

années 1980, lorsque les vins et les bières embouteillés au Québec ont commencé à être vendus dans les chaînes d'épiceries. De façon plus générale, à l'échelle du Canada, au cours des 10 dernières années, notre part sur le marché des boissons alcoolisées est demeurée à peu près constante. Le vin a augmenté, la bière a diminué et les spiritueux sont demeurés relativement stables au cours de la dernière décennie.

**Senator Oh:** Thank you for your presentations. They were wonderful.

**Le sénateur Oh :** Merci de vos exposés. C'était très bien.

I came from the Niagara region in Ontario. How is our icewine doing? I know that everywhere I travel, they talk about Canadian icewine. It seems to be our top brand in the world.

Je viens de la région de Niagara, en Ontario. Comment se porte notre vin de glace? Je sais que, partout où je voyage, on parle du vin de glace canadien. Cela semble être notre principale marque dans le monde.

**Mr. Paszkowski:** Icewine is doing very well. We're not a big exporter of wine in general, but our export history started with icewine, and it still has a very attractive market, particularly in Asia. Our icewine sales continue to grow.

**M. Paszkowski :** Le vin de glace va très bien. Nous ne sommes pas un grand exportateur de vin en général, mais nos activités d'exportation ont commencé avec le vin de glace, et il s'agit toujours d'un marché très attrayant, particulièrement en Asie. Nos ventes de vin de glace continuent de croître.

The challenge we have with any luxury product such as icewine is counterfeit. That is a challenge that we're facing in many different countries — water mixed with sugar, for example, that is sold in a bottle to be considered icewine. That is a threat to our industry because we don't know what's in that bottle, using that brand of icewine. There is a safety risk to consumers as well.

Le problème avec tout produit de luxe, comme le vin de glace, c'est la contrefaçon. C'est une difficulté à laquelle nous faisons face dans de nombreux différents pays. De l'eau mélangée avec du sucre, par exemple, est vendue en bouteille comme un vin de glace. C'est une menace pour notre industrie, car nous ne savons pas ce que contient cette bouteille que l'on sert comme un vin de glace. C'est un risque pour la sécurité des consommateurs également.

**Senator Oh:** In terms of Canadian export subsidies, your report says that every year the EU gets from the government $357 million; Australia, $50 million; and Chile, $84 million. How much help do you get from our government for the export sector?

**Le sénateur Oh :** En ce qui a trait aux subventions à l'exportation canadienne, votre rapport dit que, chaque année, l'Union européenne obtient 357 millions de dollars du gouvernement; l'Australie, 50 millions de dollars; et le Chili, 84 millions de dollars. Quelle aide recevez-vous de notre gouvernement pour le secteur de l'exportation?

**Mr. Paszkowski:** The CDN $1.8 billion that I mentioned is the total amount that the European government provides its wine and grape industry on an annual basis, the other example which is one portion of that.

**M. Paszkowski :** La somme de 1,8 milliard de dollars canadiens dont j'ai parlé correspond à la somme totale que le gouvernement européen offre à son industrie vinicole et viticole chaque année, l'autre exemple est une partie de cela.

In terms of our support from the federal government to promote domestic and export markets, it's $550,000 per year, and we match that for a total of roughly $1.1 million. So there's a considerable disadvantage to those major countries that are selling wine in Canada that are spending millions of dollars to capture more and more market share. As my statistics have shown, they have captured 68 per cent of total wine sales growth over the past 10 years.

Quant au soutien du gouvernement fédéral pour promouvoir les marchés intérieurs et d'exportation, il est question de 550 000 $ par année, et nous avançons la même somme pour un total d'environ 1,1 million de dollars. Il y a donc un désavantage considérable par rapport à ces grands pays qui vendent du vin au Canada et qui dépensent des millions de dollars pour s'approprier d'autres parts du marché. Comme l'ont montré mes statistiques, ils se sont emparés de 68 p. 100 de l'accroissement total des ventes de vin au cours des 10 dernières années.

**Senator Oh:** So the government is not really helping much export-wise.

**Le sénateur Oh :** Donc, le gouvernement n'aide pas vraiment beaucoup l'exportation.

**Mr. Paszkowski:** Not in comparison to our competition.

**M. Paszkowski :** Pas en comparaison avec la concurrence.

**Senator Marwah:** Thank you both for your presentations.

I will address this to Mr. Paszkowski. I should tell you at the outset that I'm a great fan of your wine industry. I think it has done a fantastic job in increasing quality and profile, and I think it's quite underappreciated.

The comment that jumped out in your presentation was that ever since we signed the free trade agreements, we have had an increase of $2.2 billion in annual imports and only $12 million in exports. Why is that? That's a huge imbalance.

**Mr. Paszkowski:** We're not a large producer in the scheme of things in the world, so that's obviously one factor.

An example would be the United States, and I'll give some statistics there. We've had a free trade agreement with the U.S. for 30 years now: first the Canada-U.S. Free Trade Agreement, followed by NAFTA. U.S. wines into Canada have increased from $19 million to $500 million in sales, so a 13 per cent annual average growth every year for the past 30 years. Our sales to the United States have increased from $8.2 million in 1987 to $8.8 million in 2017.

The ability to access some of these markets is extremely challenging. With the United States, we have to go through a three-tier system. First we have to get an importer, which takes a 30 per cent market share; then we have to go through a distributor, which takes more; and then we have to get into retail, and they take even more. There is no money left at the end to be able to sell into that system, whereas in Canada we have a liquor board system. So a U.S. or EU producer goes to the LCBO or the SAQ, and they basically make their sale for the whole year. It's a different system, and it's challenging for us to enter into the United States.

**Senator Marwah:** Just a follow-up question, if I may, chair, that applies to both industries: I keep hearing that distribution is a problem, given the fact that distribution is controlled by some very large players. So distribution might mean getting it from the producer to the shelf — is that correct? Is it an issue?

**Mr. Westcott:** Are you speaking of Canada?

**Senator Marwah:** Yes.

**Mr. Westcott:** No, that's not correct.

**Le sénateur Marwah :** Je vous remercie tous les deux de vos exposés.

Je vais m'adresser à M. Paszkowski. J'aimerais vous dire d'emblée que je suis un grand amateur de votre industrie vinicole. Je crois qu'elle a fait un travail fantastique en améliorant la qualité et le profil, et je crois que tout cela est vraiment sous-estimé.

Le commentaire qui est ressorti de votre exposé concernait le fait que, depuis que nous avons signé les accords de libre-échange, nous avons observé une augmentation de 2,2 milliards de dollars en importations annuelles et de seulement 12 millions de dollars en exportations. Pourquoi donc? C'est un énorme déséquilibre.

**M. Paszkowski :** Nous ne sommes pas un grand producteur dans le contexte mondial, c'est donc manifestement un facteur.

Prenons l'exemple des États-Unis, et je vais vous donner certaines statistiques. Nous avons un accord de libre-échange avec les États-Unis depuis maintenant 30 ans : il y a d'abord eu l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, puis l'ALENA. Les ventes de vins américains au Canada sont passées de 19 millions de dollars à 500 millions de dollars, c'est donc une croissance moyenne annuelle de 13 p. 100 depuis les 30 dernières années. Nos ventes aux États-Unis sont passées de 8,2 millions de dollars en 1987 à 8,8 millions de dollars en 2017.

Il est extrêmement difficile de pénétrer certains de ces marchés. Avec les États-Unis, nous devons passer par un système à trois paliers. D'abord, nous devons trouver un importateur, lequel prend une part du marché de 30 p. 100; puis, nous devons recourir à un distributeur, qui prend plus; et enfin, il faut les vendre dans des magasins de détail, et ils prennent encore plus. Au bout du compte, il ne nous reste pas d'argent pour pouvoir vendre dans ce marché, alors qu'au Canada, nous avons un réseau des sociétés des alcools. Donc, un producteur américain ou européen se rend à la LCBO ou à la SAQ, et il peut essentiellement réaliser ses ventes pour toute l'année. C'est un système différent, et il est difficile pour nous d'entrer sur le marché américain.

**Le sénateur Marwah :** Monsieur le président, permettez-moi simplement de poser une autre question qui s'applique aux deux industries. J'entends sans cesse dire que la distribution est un problème, puisqu'elle est contrôlée par de très gros acteurs. Donc, la distribution pourrait supposer que le produit passe du producteur à la vente en magasin — c'est bien cela? Est-ce un problème?

**M. Westcott :** Parlez-vous du Canada?

**Le sénateur Marwah :** Oui.

**M. Westcott :** Non, ce n'est pas le cas.

For example — and I'll use Ontario just because we're in Ontario — in Ontario the LCBO consolidates all shipments. We don't actually ship from our plants. We have the largest distillery in North America in Windsor.

Par exemple — et je vais parler de l'Ontario, puisque nous sommes en Ontario —, la LCBO regroupe toutes les livraisons. En réalité, nous n'expédions pas à partir de nos usines. Nous avons à Windsor la plus grande distillerie en Amérique du Nord.

**Senator Marwah:** Sorry; I didn't mean within Canada. I mean outside Canada. Let's say you want to ship product from here to California. Besides the three-tier system, I understand that's distribution; getting it to a shelf in California is a problem.

**Le sénateur Marwah :** Excusez-moi, je ne voulais pas dire au Canada. Je veux dire à l'extérieur du Canada. Disons que vous voulez expédier un produit d'ici jusqu'en Californie. Outre le système à trois paliers, je comprends que c'est de la distribution, réussir à le mettre en vente en Californie est un problème.

**Mr. Paszkowski:** For us, that is definitely a challenge. If you look 10 years ago, there were 7,000 wine distributors in the United States. Today there are many more brands, many more different types of wines that are being sold. There are 700 distributors in the United States. You have gone from 7,000 to 700. So to get a distributor to actually be able to sell your wine is a challenge for us at the get-go because there are not that many, but there are more brands for them to sell. They focus on the larger brands, not on the smaller ones, such as Canadians would produce.

**M. Paszkowski :** Pour nous, il s'agit définitivement d'un problème. Si on regarde il y a 10 ans, il y avait 7 000 distributeurs de vin aux États-Unis. Aujourd'hui, il y a beaucoup plus de marques, de nombreux autres types de vin qui sont vendus. Il y a 700 distributeurs aux États-Unis. C'est passé de 7 000 à 700. Donc, trouver un distributeur qui est en mesure de vendre notre vin est un problème pour nous dès le départ, car ils ne sont pas très nombreux, mais ils doivent vendre plus de marques. Ils mettent l'accent sur les grandes marques, pas les plus petites, comme celles que produiraient les Canadiens.

**Mr. Westcott:** That's a market consolidation that took place in the distribution sector in the United States. It's no different than grocery stores. The same has happened in the grocery industry. You're seeing it in big box. As industries have moved to create efficiencies, consolidation takes place. Yes, it can be difficult to get in, but there are lots of examples of success, smaller countries that have penetrated that.

**M. Westcott :** Une consolidation du marché s'est produite dans le secteur de la distribution aux États-Unis. Ce n'est pas différent des épiceries. Il s'est produit la même chose dans l'industrie de l'épicerie. On le voit dans les magasins à grande surface. Les industries s'attachent à réaliser des gains d'efficacité, et la consolidation s'opère. Oui, il peut être difficile d'entrer sur le marché, mais il existe beaucoup d'exemples de réussite, de petits pays qui ont réussi à le pénétrer.

In the last 20 years in Canada, we've created a new whisky called Forty Creek. It is very successful and comes from the peninsula. John Hall is the guy that started that. By dint of effort, as a small producer, he made tremendous inroads into United States. I won't say it's easy and I won't say it's inexpensive, but it certainly can be done if you have the right product, the commitment and the passion. We used to look at him and say, "My God, it's amazing what he accomplished in the United States."

Au cours des 20 dernières années, au Canada, nous avons créé un nouveau whisky appelé Forty Creek. Ce produit qui vient de la péninsule connaît un véritable succès. John Hall est le fondateur. Ce petit producteur, à force d'efforts, a fait des percées extraordinaires aux États-Unis. Je ne dirai pas que c'est facile ni que ce n'est pas cher, mais si vous avez le bon produit, que vous êtes dévoué et passionné, il est certainement possible de réussir. Autrefois, on le regardait et on se disait : « Mon Dieu, c'est étonnant ce qu'il a accompli aux États-Unis. »

You're right; it is not easy. But it's not impossible either. It's a different market, but it's an open system. It's based on the quality of the product, the demand you create amongst consumers and your ability to invest against that ultimate consumer. It's a different market than Canada and a different market structure than exists in Europe and many parts of the world, but it is an open system.

Vous avez raison, ce n'est pas facile, mais ce n'est pas impossible non plus. C'est un marché différent, mais c'est un marché ouvert. Il est fondé sur la qualité des produits, la demande que vous créez chez les consommateurs et votre capacité d'investir en fonction du consommateur final. C'est un marché qui diffère de celui au Canada et dont la structure de marché est différente de celle que l'on trouve en Europe et dans de nombreux autres pays, mais c'est un marché ouvert.

**Senator R. Black:** Mr. Paszkowski, we heard on the news last night that a number of vines in Nova Scotia have been frozen. You mentioned that the Canadian wine market is poised to grow by almost 16 per cent by 2021. The market is there, absolutely; it appears to be. Is there the production capacity in Canada, based on last night's news and things like that that happen every year?

**Le sénateur R. Black :** Monsieur Paszkowski, nous avons entendu aux nouvelles hier soir qu'un certain nombre de vignes en Nouvelle-Écosse avaient été gelées. Vous avez dit que le marché du vin canadien est bien placé pour croître d'environ 16 p. 100 d'ici 2021. Le marché est là, absolument, il semble l'être. Avons-nous la capacité de production au Canada, à la

lumière des nouvelles d'hier soir et des choses semblables que nous entendons chaque année?

**Mr. Paszkowski:** I was in Nova Scotia two days ago, so just after the frost. We are farmers, so we are at the whim of the weather, and who would anticipate frost in June? However, the vines in Nova Scotia were impacted. We still think there is an opportunity, after they assess, for a second growth of the buds, to still come out with a vintage, although possibly smaller than it would have been otherwise.

That is a challenge for us in Canada — not only weather, but we are restricted by land, areas in Canada where we can grow grapes. With warming of the climate, you could expand that out a little bit. We can never supply the entire Canadian marketplace, but we believe we can grow from 30 per cent market share back to roughly 50 per cent market share, which is what we had when we signed the Canada Free Trade Agreement in 1987. There is growth potential for our industry, but we will never be able to own our entire market.

**Mr. Westcott:** I'll comment on that as well. It illustrates how closely we're tied to the farm community. We talk about the farmers as our partners; we're attached at the hip. We produce one of our major Canadian whiskies in Manitoba. We're proud of the fact that all the Crown Royal in the world is made in Gimli, Manitoba, and it's made exclusively from corn, wheat and rye grown in Manitoba. For a number of years, parts of Manitoba were under water. It was only this deep, but it made sourcing grain in that province extremely difficult. I think in 2014 we managed to get back to securing 100 per cent of our grain back in Manitoba. This illustrates the exigencies of businesses that are so reliant on agriculture communities. We all go through these kinds of things. They add cost to the business and challenge the viability of businesses. We struggle to explain to people how closely related all of us are: the vintners, the brewers, and ourselves, to the farm community, and you get those kinds of issues.

**Senator R. Black:** Thank you. Mr. Westcott your presentation was concise and in-depth, so I'm challenged to come up with a question. You talk about members accounting for 85 per cent of domestic spirit production and 90 of Canadian spirits. What's the 15 and 10? Who are they? Are they very small?

**Mr. Westcott:** One or two I would say medium sized. For example, a company in Alberta called Highwood. A great company that has been around for a number of years and makes terrific whisky. They are not members. They were members but ran into difficulties with excise over the years. The company

**M. Paszkowski :** J'étais en Nouvelle-Écosse il y a deux jours, juste après le gel. Nous sommes des agriculteurs, donc nous sommes soumis aux caprices de Mère Nature. Qui aurait pu prévoir un gel en juin? Toutefois, les vignes en Nouvelle-Écosse ont été touchées. Nous croyons tout de même qu'il est possible, après examen, qu'une deuxième croissance des bourgeons donne lieu à une récolte, même si elle sera probablement plus petite que ce qu'elle aurait été autrement.

C'est un défi pour nous au Canada — pas seulement la météo, mais les régions du Canada où nous pouvons cultiver le raisin sont limitées. Avec le réchauffement climatique, nous pourrions étendre un peu ce territoire. Nous ne pourrons jamais approvisionner tout le marché canadien, mais nous croyons que nous pouvons faire passer la culture de 30 à environ 50 p. 100 de parts du marché, soit ce que nous avions lorsque nous avons signé l'Accord de libre-échange canadien en 1987. Notre industrie a un potentiel de croissance, mais nous ne serons jamais capables de posséder la totalité de notre marché.

**M. Westcott :** J'aimerais faire des commentaires à ce sujet également. Cela montre à quel point nous sommes étroitement liés à la communauté agricole. Nous considérons les agriculteurs comme nos partenaires; nous sommes inséparables. Nous produisons l'un des principaux whiskys canadiens au Manitoba. Nous sommes fiers du fait que tous les produits Crown Royal du monde sont produits à Gimli, au Manitoba, et qu'ils sont faits exclusivement de maïs, de blé et de seigle cultivés au Manitoba. Pendant un certain nombre d'années, des régions du Manitoba étaient submergées. Ce n'était pas très profond, mais cela rendait l'approvisionnement en grain dans cette province extrêmement difficile. Je pense que, en 2014, nous avons réussi à récupérer la totalité de nos grains au Manitoba. Cela illustre les contraintes des entreprises qui dépendent grandement de la communauté agricole. Nous vivons tous ce genre de choses. Cela ajoute des coûts aux entreprises et remet en question leur viabilité. Nous avons du mal à expliquer aux gens à quel point nous sommes tous étroitement liés : les négociants en vin, les brasseurs et nous-mêmes, la communauté agricole, et que nous avons ce genre de difficultés.

**Le sénateur R. Black :** Merci. Monsieur Westcott, votre exposé était concis et détaillé, donc j'ai du mal à poser une question. Vous avez dit que les membres comptaient pour 85 p. 100 de la production de spiritueux à l'échelle nationale et pour 90 des spiritueux canadiens. Et les 15 et les 10 p. 100 restants? Qui sont-ils? S'agit-il de très petites entreprises?

**M. Westcott :** Je dirais qu'une ou deux sont de taille moyenne. Par exemple, il y a une entreprise en Alberta qui s'appelle Highwood. C'est une entreprise exceptionnelle qui existe depuis un certain nombre d'années et qui produit d'excellents whiskys. Elle n'est pas membre. Elle l'a déjà été,

changed hands and stopped being members. They haven't come back. We treat them as members. They're good guys. They make good products. I don't need their $25,000 as membership fees. They are contributing to the industry.

mais elle a eu des difficultés avec la taxe d'accise au fil des ans. L'entreprise a changé de propriétaire et a cessé d'être membre. Elle n'est pas revenue. Nous la considérons comme un membre. Les gens qui y travaillent sont de bonnes personnes. C'est une bonne entreprise, qui a des produits de qualité. Je n'ai pas besoin de leurs 25 000 $ de frais d'adhésion. Ils contribuent à l'industrie.

We're seeing the growth of small producers, just as I saw when I was in the wine and the beer business. We're seeing some good people come up. The market will determine which survive and which don't. When I was in the beer business, we saw all kinds of small brewers come up and go down. If you have a good product, a good business plan, you know what you're doing, you're committed, you will survive. Similarly in the wine business. Some small distillers in Canada are merging — for example, Still Waters out of Vaughan, north of Toronto, a couple of guys in the west. They're bringing innovation to the business.

Nous voyons la croissance de petits producteurs, tout comme je l'ai constaté lorsque je travaillais dans l'industrie du vin et de la bière. Nous voyons de bonnes personnes arriver. Le marché déterminera qui survivra et qui ne survivra pas. Lorsque j'étais dans l'industrie de la bière, nous avons vu toutes sortes de petits brasseurs se lancer, puis échouer. Si vous avez un bon produit, un bon plan d'affaires, que vous savez ce que vous faites, que vous êtes dévoués, vous allez survivre. C'est la même chose dans l'industrie du vin. Certains petits distillateurs au Canada s'associent — par exemple, Still Waters, à Vaughan, au nord de Toronto, et quelques-uns dans l'Ouest. Ils apportent des nouveautés à l'industrie.

But keep in mind, 75 per cent of what we make in Canada leaves Canada. The issues that I deal with are making sure that our products have fair access in all the markets we sell in. If you're a small producer making 15 or 25,000 cases, you are years away from going into those markets. I can only think of two of those new distillers who are selling outside of Canada. Still Waters would be one and there is a small one in Alberta. There are thimblefuls of products going out. They will get there, but it's too early. That's where the 15 per cent comes from.

N'oubliez pas que 75 p. 100 de ce que nous produisons au Canada quitte le Canada. Nous devons nous assurer que nos produits ont un accès équitable à tous les marchés dans lesquels nous vendons. Si vous êtes un petit producteur qui produit 15 000 ou 25 000 caisses, vous êtes à des années-lumière d'entrer sur ces marchés. Je ne peux penser qu'à deux nouveaux distillateurs qui vendent à l'extérieur du Canada. Still Waters en est un, et il y en a un petit en Alberta. De minuscules quantités de produits vont à l'extérieur. Ils vont entrer sur le marché, mais il est trop tôt. C'est de là que viennent les 15 p. 100.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** You talked about free trade between the provinces, and the problem with wine. Perhaps, in a future project, the government should focus on this issue, which would probably be more interesting than the legalization of cannabis.

I would like to return to the infamous excise tax. Mr. Westcott, could you compare different consumers in different points of sale? Where does the money from the sale of a bottle of whiskey from the United States go, when compared to a bottle distilled in Canada? I regularly go to the United States, and I find it odd that you can buy a good bottle of whiskey for $18, whereas, curiously, the same bottle is sold for $37 in Canada. Where does this money go?

[*English*]

**Mr. Westcott:** The money goes to three places. Money goes to the federal government by way of excise tax. Excise is a production tax. As soon as a liquid comes off the still, it's liable for excise duty. The federal government also collects revenue from the industry vis-à-vis the GST, so the final tax on our

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** Vous avez abordé le sujet du libre-échange entre les provinces et la difficulté liée au vin. Peut-être que, dans un futur projet, le gouvernement devrait mettre l'accent sur cette question, qui serait sans doute plus intéressante que la légalisation du cannabis.

J'aimerais revenir à la fameuse taxe d'accise. Monsieur Westcott, pourriez-vous nous donner des comparaisons quant au consommateur qui se rend dans un point de vente? Quand on parle de whisky, où va l'argent d'une bouteille vendue lorsqu'elle provient des États-Unis par rapport à une bouteille qui est distillée au Canada? Je vais régulièrement aux États-Unis, et je trouve bizarre qu'on puisse y acheter une bonne bouteille de whisky à 18 $ alors que, curieusement, la même bouteille se vend à 37 $ au Canada. Où va cet argent?

[*Traduction*]

**M. Westcott :** L'argent va à trois endroits. Il va au gouvernement sous forme de taxe d'accise. La taxe d'accise est une taxe sur la production. Dès qu'un liquide sort de la distillerie, il est assujetti au droit d'accise. Le gouvernement fédéral perçoit aussi des revenus de l'industrie à l'aide de la TPS,

products is the GST, a sales tax. So the federal government is at the top and at the very bottom. The GST is calculated on the costs of the products, all of the services, and all of the taxes that came before it.

The provinces take a big chunk through the markups they apply by the liquor boards. The only people we can sell our products to all across Canada are the provincial and territorial liquor boards. We can't sell it to anybody else. They apply markups ranging from 140 per cent in one province to 205 per cent in another. They can be very significant.

It's important to point out that while the provinces are seen to take a lot of money, in most cases the provinces are also providing a service to the business by being the distributor, the wholesaler and the retailer of the product. The markups that the SAQ, LCBO, and the Alberta Liquor and Gaming Commission charge are to cover the cost of their activities in distributing and selling the product.

If you look at the sale price of our products — the retail price the consumer pays — approximately 80 per cent goes to government and 20 per cent goes to industry. That's the point we try to make. That gross margin to the industry is dramatically lower than the gross margin available to people that make bourbon in the United States, scotch whisky in Scotland, Irish whisky in Ireland, and even now Japanese whisky. From an investment basis, the world looks at Canada and says, why would we invest in the Canadian spirits or whisky business when we could take that dollar and put it anywhere else and make more money. You say to somebody that the tax in Canada is going to go up like this forever and ever, and we need your investment in the Canadian whisky business. They look at you and say, I don't think so. That's how it works.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** You must admit that there is quite a difference. We are talking about practically double the price.

[*English*]

**Mr. Hélie:** That same bottle, you are paying less in the U.S. and, as a supplier, they're getting twice as much as in Canada.

**Mr. Westcott:** I'll give an example. We did an analysis of all the border states around Ontario. Crown Royal sells for about $6. When Diageo sells a bottle of Crown Royal to the LCBO or the SAQ, they get about $6. I think it is $6.05. In every one of the border states — Pennsylvania, New York, Michigan, Vermont — they get at least twice as much money when they sell that bottle of Crown Royal, so the incentive to sell it in Canada is pretty tough. And that bottle, as you pointed out, sells for less money

donc la taxe finale sur nos produits est la TPS, une taxe de vente. Le gouvernement fédéral perçoit de l'argent au début et à la fin. La TPS est calculée en fonction du coût des produits, de tous les services et de toutes les taxes qui ont précédé.

Les provinces prennent un gros montant avec la marge sur coût de revient qu'elles appliquent par la régie des alcools. Les seules entités à qui nous pouvons vendre nos produits à l'échelle du Canada sont les régies des alcools provinciales et territoriales. Nous ne pouvons les vendre à personne d'autre. Elles appliquent une marge sur coût de revient allant de 140 p. 100 dans une province à 205 p. 100 dans une autre. Elle peut être très élevée.

Il est important de souligner le fait que, même si les provinces semblent prendre beaucoup d'argent, dans la plupart des cas, les provinces offrent aussi un service à l'entreprise en servant de distributeur, de grossiste et de détaillant pour le produit. Les marges sur coût de revient que la SAQ, la LCBO et l'Alberta Liquor and Gaming Commission imposent servent à payer leurs activités de distribution et de vente du produit.

Si vous regardez le prix de vente de nos produits — le prix de détail que paye le consommateur —, environ 80 p. 100 vont au gouvernement et 20 p. 100 vont à l'industrie. C'est le point que nous essayons de faire valoir. La marge brute qui va à l'industrie est nettement inférieure à celle des gens qui produisent le bourbon aux États-Unis, le whisky écossais en Écosse, le whisky irlandais en Irlande et même maintenant le whisky japonais. En ce qui a trait aux investissements, les pays du monde entier regardent le Canada et se demandent pour quelle raison ils investiraient dans les spiritueux ou les whiskys canadiens alors qu'ils pourraient prendre cet argent et l'investir n'importe où et faire plus d'argent. Vous dites à quelqu'un que la taxe au Canada va monter de plus en plus, et que vous avez besoin de son investissement dans l'industrie du whisky canadien. Elle vous regarde et dit : « Je ne crois pas. » C'est comme ça que les choses fonctionnent.

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** Vous admettrez qu'il y a toute une différence. On parle pratiquement du double du prix.

[*Traduction*]

**M. Hélie :** Pour la même bouteille, vous payez moins cher aux États-Unis, mais le fournisseur obtient deux fois plus d'argent qu'au Canada.

**M. Westcott :** Je vais vous donner un exemple. Nous avons réalisé une analyse auprès de tous les États qui partagent une frontière avec l'Ontario. Le Crown Royal se vend environ 6 $. Lorsque Diageo vend une bouteille de Crown Royal à la LCBO ou à la SAQ, il obtient environ 6 $. Je crois que c'est 6,05 $. Dans tous les autres États frontaliers — la Pennsylvanie, New York, le Michigan, le Vermont —, il touche au moins le double du montant lorsqu'il vend cette bouteille de Crown Royal, il est

than it sells in Canada. The tax rates in Canada are a big disincentive to bring investment here.

donc difficile d'inciter les gens à vendre au Canada. Et cette bouteille, comme vous l'avez souligné, se vend moins cher qu'au Canada. Le taux d'imposition au Canada a un grand effet dissuasif sur l'investissement ici.

**Mr. Paszkowski:** The implications of that for our industry in Canada are significant. The excise rate in the United States is half of what it is in Canada. The excise escalator will increase our tax every single year. In January of this year, the U.S. government put in place a rebate system on a tax that's already half of what we pay. For the smallest producer in the United States, a 90 per cent reduction in that excise rate is what they're paying. On top of that, they have direct consumer delivery where they get full margin on those sales. Since 2005, these small wineries in the United States have been growing, making more money and investing back in their business. Now they have a significant reduction in excise duty and are looking for a place to export because they have grown to the point where they can export. One of the most attractive markets in the world is Canada. They are exporting now to Canada, taking more market share away from us as we have become less profitable and can't invest back in our business because the excise rate continues to increase. As Jan mentioned, the excise rate happens at the front of the pricing chain. The markup is on top of the excise. The GST and the PST is on top of the excise. By the time it gets down to the consumer, it increases the price of a bottle of wine significantly and makes our product less competitive against the import.

**M. Paszkowski :** Les répercussions sur notre industrie au Canada sont considérables. Le taux de la taxe d'accise aux États-Unis est la moitié de celui au Canada. L'indexation de la taxe d'accise fera augmenter notre taxe chaque année. En janvier de cette année, le gouvernement américain a mis en place un système de remboursement sur une taxe qui est déjà deux fois moins élevée de la nôtre. Les petits producteurs aux États-Unis bénéficient d'une réduction de 90 p. 100 sur le taux de taxe d'accise. En plus de cela, ils offrent la livraison directe au consommateur et obtiennent la marge de profit complète sur ces ventes. Depuis 2005, ces petits vignobles aux États-Unis ont connu une croissance, généré plus d'argent et réinvesti dans leur entreprise. Maintenant, ils bénéficient d'une diminution considérable du droit d'accise et cherchent des endroits pour faire l'exportation, car ils ont connu une telle croissance qu'ils peuvent exporter. L'un des marchés les plus attrayants au monde est le Canada. Ils exportent maintenant au Canada, ce qui nous enlève encore plus de parts du marché, car nous réalisons moins de profits et nous ne pouvons pas réinvestir dans notre industrie, puisque le taux de la taxe d'accise continue d'augmenter. Comme Jan l'a dit, le taux de la taxe d'accise s'applique au début de la chaîne d'établissement du prix. La marge sur coût de revient s'impose en plus de la taxe d'accise, tout comme la TPS et la TVQ. Cela augmente considérablement le prix d'une bouteille de vin et rend notre produit moins concurrentiel par rapport à l'importation avant même qu'il se retrouve entre les mains du consommateur.

**Senator Ataullahjan:** Thank you for your testimony this morning. Some of my questions have been answered.

Mr. Westcott, you speak of self-inflicted wounds and a hostile policy environment. Is anyone listening? What would you like to see changed?

**Mr. Westcott:** I think the automatic annual increase in taxation that has no relationship to what's going on in the country, the world and the business, has to be eliminated. Keep in mind that we had this policy for six years during the 1980s. It went from 1981 to 1986. We closed 12 distilleries in that period. It basically hollowed out all of the mid-sized distilleries across the country. We closed distilleries in British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Ontario, Nova Scotia and New Brunswick — 12 distilleries.

I had a meeting with a small distiller in the summer shortly after Mr. Morneau announced the escalator that came in in the budget, and they were putting together their five-year pro forma as to how they were going to grow their business. He happened to have an investor when I was sitting with him, and he said that

**La sénatrice Ataullahjan :** Merci de votre exposé ce matin. Vous avez répondu à certaines de mes questions.

Monsieur Westcott, vous avez parlé de leurs propres erreurs et d'un environnement politique hostile. Est-ce que quelqu'un écoute? Qu'aimeriez-vous voir changer?

**M. Westcott :** Je crois que la hausse d'impôt annuelle automatique qui n'est pas liée à ce qui se passe au pays, dans le monde et dans l'industrie, doit être éliminée. N'oubliez pas que nous avons eu cette politique en vigueur pendant six ans dans les années 1980. Soit de 1981 à 1986. Au cours de cette période, nous avons fermé 12 distilleries. Essentiellement, cela a affaibli toutes les distilleries de taille moyenne à l'échelle du pays. Nous avons fermé des distilleries en Colombie-Britannique, en Alberta, en Saskatchewan, en Ontario, en Nouvelle-Écosse et au Nouveau-Brunswick — 12 distilleries.

Je me suis entretenu avec un petit distillateur pendant l'été peu de temps après que M. Morneau a annoncé l'indexation prévue au budget, et il mettait en place son approche pro forma quinquennale quant à la façon dont il allait assurer la croissance de son entreprise. Il avait un investisseur lorsque je l'ai

just based on inflation of about 1 and a half per cent, it took all of the profit they were projecting for that small business over the next five years. You have the investor sitting there saying, "Well, why would I put my money into this?"

The automatic nature of that is pernicious. It is literally going to kill the business. They set that rate that will take place on April 1, whatever inflation was, September 30, 12 months; so we're probably going to be around 2 per cent of inflation. By April 2019, the differential between excise in the United States and excise in Canada, we're going to be 90 per cent higher than the United States, with no end in sight. Seriously, how do you run a business that way?

We're a global industry. The same companies that own and make Crown Royal in Canada own Johnnie Walker Scotch, Bulleit Bourbon, own Irish whiskies and own Japanese whiskies. Our guys go to those cap-ex meetings and put their hands up and say, "We would like to have some money to really promote the Canadian whisky," and people look at them and say, "I would love to do it, but if I put my money . . . ." And they have a fiduciary responsibility to invest that money where they will make the most return.

Is it because we can't produce good whisky? Let me think. A year ago, one of the foremost experts in the world, Jim Murray, picked Crown Royal Northern Harvest Rye as the world's top whisky. There's a huge passion for rye whisky right now, our forté. We're winning awards all over the place.

We can produce it, and we know customers want it, but we just can't get the investment to drive the business. We export close to $800 million of spirits out of Canada, the bulk being whisky. There is a huge appetite for our products, but if you can't attract the investment, you can't get there. Canada has a great track record of signing good trade deals that give us access, but you have to go to those markets, teach people about your product, make them aware and get them to try it. You have to have the money in your jeans to do that, and we don't have that money.

**Senator Ataullahjan:** There's a lesson in your speech: One should listen to stuff that comes out of the Senate. Sober second thought is a really good thought; so thank you for that.

**The Chair:** Especially when it comes to *ad valorem* taxes. I remember voting on that last year.

rencontré, et il a dit qu'une inflation d'environ 1,5 p. 100 seulement avait pris tous les profits qu'il prévoyait pour sa petite entreprise pour les cinq prochaines années. L'investisseur est assis et se demande : « Eh bien, pour quelle raison j'investirais mon argent là-dedans? »

Le caractère automatique de la chose est pernicieux. Cela va littéralement tuer l'industrie. Ils ont établi le taux qui serait en vigueur dès le 1er avril, peu importe quel était le taux d'inflation, le 30 septembre, 12 mois… Nous allons probablement faire face à une inflation d'environ 2 p. 100. D'ici avril 2019, la taxe d'accise au Canada sera plus élevée de 90 p. 100 par rapport à celle des États-Unis, et rien ne permettra d'espérer une amélioration de la situation. Sérieusement, comment est-il possible d'exploiter une entreprise de cette façon?

Nous sommes une industrie mondiale. Les mêmes entreprises qui possèdent et produisent Crown Royal au Canada possèdent le scotch Johnnie Walker, le Bulleit Bourbon, des whiskys irlandais et des whiskys japonais. Nos producteurs assistent à ces rencontres sur les dépenses en capital, lèvent leur main et disent : « Nous aimerions obtenir des fonds pour réellement promouvoir le whisky canadien », puis les gens les regardent et disent : « J'adorerais pouvoir le faire, mais si j'investis mon argent… » Puis, ils ont la responsabilité fiduciaire d'investir cet argent où ils réaliseront le meilleur rendement.

Est-ce parce que nous ne pouvons produire de bons whiskys? Permettez-moi d'en douter. Il y a un an, l'un des experts les plus réputés au monde, Jim Murray, a décerné le titre de meilleur whisky au monde au Crown Royal Northern Harvest Rye. Les gens ont un grand engagement pour le rye whisky à l'heure actuelle, notre force. Nous gagnons des prix partout.

Nous pouvons le produire, et nous savons que les consommateurs le veulent, nous n'arrivons simplement pas à obtenir l'investissement nécessaire pour faire prospérer l'industrie. Le Canada exporte près de 800 millions de dollars en spiritueux, majoritairement du whisky. Il y a un grand engouement pour nos produits, mais si nous n'arrivons pas attirer l'investissement, nous ne pouvons pas y arriver. Par le passé, le Canada a signé de bons accords commerciaux qui nous donnent un accès, mais il faut pénétrer ces marchés, faire connaître nos produits aux gens, les sensibiliser et les convaincre de les essayer. Il nous faut de l'argent pour le faire, et nous n'avons pas cet argent.

**La sénatrice Ataullahjan :** Il y a une leçon dans votre exposé : il faut écouter ce qui se dit au Sénat. Un second examen objectif est réellement une bonne idée; je vous en remercie.

**La présidente :** Particulièrement lorsqu'il est question d'impôt sur la valeur. Je me rappelle avoir voté sur la question l'année dernière.

*[Translation]*

**Senator Gagné:** I would like to follow up on Mr. Westcott's comments, but, the wine market is still an attractive, growing market. Do you have a hard time attracting investors?

*[English]*

**Mr. Paszkowski:** There is a love affair with wine, as you mentioned, so the investment that we get for the small wineries is largely from someone who has done well in business and this is a retirement project for them. For the larger wineries, I'd have to argue the same as Jan: Yes, it's becoming increasingly difficult because the margins are getting lower.

If you're facing tax increases every year without a vote from Parliament, that's problematic to investors. If you're producing some of the best wines in the world but in small volumes, your ability to sell that to a consumer in another province is extremely important.

Youth, as was mentioned earlier, is extremely important in terms of the future of wine consumers, yet a winery can't fully use social media to sell their product except within the confines of their province. How do you maximize the digital economy?

The government wants us to export, yet Europe owns 50 per cent of our market. All wines represent 70 per cent of our market. If we can't find investors to invest in our business, it's going to be difficult for us to grow in the export market and to maintain our business within Canada because more and more importers are coming here with a very significant amount of contribution from their governments and very low taxation in their jurisdictions.

As I mentioned, in Europe, any time you want to make an investment in your winery, the government will give you 40 cents on every dollar invested. You can put the best technology in the world in place to sell your wine in Canada. We can't do that.

*[Translation]*

**Senator Gagné:** I have another question with regard to competitiveness that is somewhat in the same vein. To be competitive, we need value-added companies and value-added production. Is it challenging for your companies, and are there adjustments needed in your production so that you can be even more competitive on the market?

*[Français]*

**La sénatrice Gagné :** J'aimerais faire un suivi aux commentaires de M. Westcott, mais en ce qui concerne le marché du vin, qui est tout de même un marché attrayant et en croissance. Est-ce que vous avez de la difficulté à attirer des investisseurs?

*[Traduction]*

**M. Paszkowski :** Il y a une histoire d'amour avec le vin, comme vous l'avez dit, donc l'investissement que nous obtenons pour les petits vignobles vient principalement d'une personne qui a bien réussi en affaires et pour qui cela représente un projet de retraite. Pour les grands vignobles, je suis du même avis que Jan : oui, c'est de plus en plus difficile, parce que les marges diminuent.

Si vous êtes aux prises avec une augmentation de taxes chaque année qui n'a pas besoin d'être approuvée par le Parlement, c'est un problème pour les investisseurs. Si vous produisez certains des meilleurs vins au monde, mais en petites quantités, votre capacité de les vendre à un consommateur dans une autre province est extrêmement importante.

Les jeunes, comme vous l'avez dit plus tôt, sont extrêmement importants en tant que futurs consommateurs de vin, pourtant, une exploitation vinicole ne peut exploiter pleinement les médias sociaux pour vendre ses produits, sauf dans les limites de sa province. Comment pouvez-vous optimiser l'économie numérique?

Le gouvernement veut que nous exportions, mais l'Europe possède 50 p. 100 de notre marché. Tous les vins représentent 70 p. 100 de notre marché. Si nous ne pouvons pas trouver d'investisseurs pour financer notre domaine, ce sera difficile pour nous de prendre de l'expansion sur le marché de l'exportation et de maintenir nos activités au Canada, car de plus en plus d'importateurs qui viennent ici reçoivent des contributions considérables de la part de leur gouvernement et bénéficient d'un taux d'imposition très bas dans leur pays.

Comme je l'ai dit, en Europe, chaque fois que vous voulez investir dans votre exploitation vinicole, le gouvernement vous remettra 40 cents pour chaque dollar investi. Vous pouvez mettre en place la meilleure technologie au monde pour vendre votre vin au Canada. Nous ne pouvons pas faire cela.

*[Français]*

**La sénatrice Gagné :** J'aurais une autre question en ce qui a trait à la compétitivité, qui est un peu dans la même veine. Pour être compétitif, il faut avoir des entreprises à valeur ajoutée et une production à valeur ajoutée. Est-ce un défi pour vos entreprises et y a-t-il des ajustements à faire au sein de votre production pour que vous puissiez être encore plus compétitifs sur le marché?

[*English*]

**Mr. Hélie:** I could add to this on behalf of Canadian distillers. In addition to making the best products in the world, we are globally renowned for cost engineering. Because of the high tax load in Canada for many decades, we have been leaders in taking costs out of the business; so plants in Europe and the Americas have taken our best ideas to make plants the most efficient they possibly can. We were cut to the bone years ago, so these latest rounds of taxes are going well beyond harm to that. That's where we are in terms of the competitive nature of our facilities.

[*Traduction*]

**M. Hélie :** Je pourrais peut-être dire quelque chose à ce sujet au nom des distillateurs canadiens. En plus de fabriquer les meilleurs produits au monde, nous sommes reconnus mondialement pour l'estimation des coûts. En raison du lourd fardeau fiscal qui accable les Canadiens depuis des décennies, nous sommes des chefs de file en matière de réduction des coûts d'exploitation; donc les usines en Europe et aux Amériques ont pris nos meilleures idées pour rendre les usines les plus efficientes possible. Nous avons fait l'objet de réductions draconiennes il y a quelques années, donc ces dernières vagues d'impôt qui s'ajoutent sont extrêmement préjudiciables. Voilà où nous en sommes quant à la nature concurrentielle de nos installations.

**The Chair:** I have one question: The survey showed that three quarters of Canadians are wine drinkers. I'm assuming these are adult Canadians.

**La présidente :** J'ai une question : le sondage a montré que les trois quarts des Canadiens étaient des consommateurs de vin. Je présume que ce sont des Canadiens adultes.

**Mr. Paszkowski:** Absolutely.

**M. Paszkowski :** Absolument.

**The Chair:** I wanted to make that absolutely clear.

**La présidente :** Je voulais que ce soit tout à fait clair.

I would like to thank our panel. It has been very interesting. We greatly appreciate this.

J'aimerais remercier notre groupe de témoins, c'était très intéressant. Nous avons beaucoup apprécié la discussion.

I'm going to close the meeting to the public, and we'll have a five-minute in camera session.

Je vais mettre fin à la séance publique, et nous aurons cinq minutes à huis clos.

(The committee continued in camera.)

(La séance se poursuit à huis clos.)

## EVIDENCE

OTTAWA, Thursday, June 14, 2018

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8:01 a.m. to study on how the value-added food sector can be more competitive in global markets.

**Senator Diane F. Griffin** (*Chair*) in the chair.

[*English*]

**The Chair:** Welcome to this meeting of the Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry.

I am Senator Diane Griffin from P.E.I. and chair of the committee.

I would like to start by asking the senators to introduce themselves, starting with the deputy chair.

[*Translation*]

**Senator Maltais:** Senator Maltais from Quebec.

**Senator Dagenais:** Senator Jean-Guy Dagenais from Quebec.

[*English*]

**Senator Doyle:** Norman Doyle, Newfoundland and Labrador.

**Senator Oh:** Victor Oh, Ontario.

**Senator Woo:** Yuen Pau Woo, British Columbia.

**Senator R. Black:** Robert Black, Ontario.

[*Translation*]

**Senator Gagné:** Good morning. Raymonde Gagné from Manitoba.

[*English*]

**The Chair:** Thank you very much.

For our first panel, from the Conference Board of Canada, Jean-Charles Le Vallée, Associate Director, Food Horizons Canada, and from the Canadian Agri-Food Policy Institute, Donald Buckingham, President and CEO, and Tulay Yildirim, Director of Research.

Thank you for accepting our invitation to appear. It is a pleasure to have you with us today.

We will start with Mr. Le Vallée.

## TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le jeudi 14 juin 2018

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 h 1, pour étudier la manière dont le secteur alimentaire à valeur ajoutée peut être plus compétitif sur les marchés globaux.

**La sénatrice Diane F. Griffin** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente :** Bienvenue à la séance du Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts.

Je m'appelle Diane Griffin, sénatrice de l'Île-du-Prince-Édouard et présidente du comité.

Je voudrais commencer par demander aux sénateurs de se présenter, en commençant par le vice-président.

[*Français*]

**Le sénateur Maltais :** Sénateur Maltais, du Québec.

**Le sénateur Dagenais :** Sénateur Jean-Guy Dagenais, du Québec.

[*Traduction*]

**Le sénateur Doyle :** Norman Doyle, de Terre-Neuve-et-Labrador.

**Senator Oh :** Victor Oh, de l'Ontario.

**Le sénateur Woo :** Yuen Pau Woo, de la Colombie-Britannique.

**Le sénateur R. Black :** Robert Black, de l'Ontario.

[*Français*]

**La sénatrice Gagné :** Bonjour. Raymonde Gagné, du Manitoba.

[*Traduction*]

**La présidente :** Merci beaucoup.

Notre premier groupe de témoins comprend Jean-Charles Le Vallée, directeur associé d'Horizon alimentaire Canada, du Conference Board du Canada, ainsi que Donald Buckingham, président et chef de la direction, et Tulay Yildirim, directrice de recherche, de l'Institut canadien des politiques agroalimentaires.

Je vous remercie d'avoir accepté de témoigner. Nous sommes enchantés de vous recevoir.

Nous commencerons par M. Le Vallée.

**Jean-Charles Le Vallée, Associate Director, Food Horizons Canada, The Conference Board of Canada:** The current Canadian value-added food marketplace is highly competitive. Firms face competition domestically, from imports and in export markets with local rivals. We often think of competitiveness as the ability of a country, a sector or firm to grow, maintain and preferably expand their market position in a given food market. Canada's competitiveness is assisted by a robust high-quality resource endowment and food safety reputation.

I did a food safety study in 2014 comparing 17 OECD countries, and Canada ranked first in the world on food safety performance with Ireland.

Business managerial capabilities and skilled labour are very important in this area. Other factors include developing food and supply demand conditions, regulatory compliance and costs. For instance, front-of-package labelling for the industry is estimated by Agriculture and Agri-Food Canada at $1.8 billion, which takes away from monies available for investing in skilled labour and innovation, for instance. There are also factors including variations in climate, trade and policy risk.

Competitiveness is dynamic and changes with each food market, commodity and product. The food world is always shifting, reflecting a call for new directions, altering business models for industry, and modernization of policy and regulations for government. Indeed, such ever-changing agri-food market conditions thereby change competitive positions. Businesses must stay abreast of such changes in demand, incomes, market preferences, government policies, standards, new techniques and innovative processes. Significant drivers determining value-added food sector competitiveness include cost structures, productivity, economies of scale, product differentiation and innovation.

The world needs more Canada. Canadian companies face a key strategic choice to engage this challenge of feeding the world's projected 9.5 billion population by 2050. We can compare that with Canada's population which by 2050 might be 50 million or 53 million. Much of the demand in food will be from outside Canada, not domestic. It is quite a saturated market here.

Canada can engage more actively with the world and rely on efficiency gains from trade and specialization to feed people here and in global markets. As the world demands more food, there

**Jean-Charles Le Vallée, directeur associé, Horizons alimentaires Canada, Conference Board du Canada :** Le marché alimentaire à valeur ajoutée du Canada est fort concurrentiel, les entreprises devant affronter la concurrence des importations au pays et de leurs rivaux locaux sur les marchés d'extérieurs. Nous voyons souvent la compétitivité comme étant la capacité qu'a un pays, un secteur ou une entreprise de prendre de l'expansion et de maintenir et, préférablement, d'élargir sa position dans un marché alimentaire donné. La compétitivité du Canada bénéficie du fait que notre pays jouit d'une solide réputation au chapitre de la qualité des ressources et de la salubrité alimentaire.

J'ai réalisé une étude sur la salubrité alimentaire en 2014, dans le cadre de laquelle j'ai comparé 17 pays membres de l'OCDE, et le Canada est classé au premier rang mondial à ce chapitre avec l'Irlande.

Dans ce domaine, les compétences en gestion des affaires et la main-d'œuvre qualifiée constituent des facteurs cruciaux auxquels s'ajoutent l'établissement de conditions relatives à l'offre et à la demande en aliments, la conformité à la réglementation et les coûts. Par exemple, Agriculture et Agroalimentaire Canada évalue à 1,8 milliard de dollars les coûts relatifs à l'étiquetage sur le devant des emballages, autant de fonds qui ne pourront être investis dans la main-d'œuvre qualifiée, par exemple. Parmi les facteurs figurent aussi les variations climatiques, le commerce et les risques stratégiques.

La compétitivité est dynamique et varie selon le marché alimentaire, la marchandise et le produit. Le secteur alimentaire est en constante évolution, réagissant du besoin d'emprunter de nouvelles avenues, de modifier les modèles d'affaires de l'industrie et de moderniser les politiques et les règlements du gouvernement. Les conditions en constante évolution du marché alimentaire modifient donc les positions concurrentielles. Les entreprises doivent rester au fait de l'évolution de la demande, des revenus, des préférences du marché, des politiques gouvernementales, des normes, des nouvelles techniques et les processus novateurs. Les structures de coût, la productivité, les économies d'échelle, la différenciation du produit et l'innovation constituent d'importants facteurs qui déterminent la compétitivité du secteur alimentaire à valeur ajoutée.

Le monde a besoin que le Canada s'implique davantage. Les entreprises canadiennes sont confrontées à un choix stratégique clé, celui de relever le défi de nourrir la population mondiale, laquelle devrait atteindre 9,5 milliards de personnes d'ici 2050. À titre de comparaison, la population du Canada devrait s'établir à 50 ou 53 millions de personnes. La demande en nourriture viendra donc en grande partie de l'extérieur du pays, le marché national étant très saturé.

Le Canada peut jouer un rôle plus actif dans le monde et tirer parti de gains en efficience découlant du commerce et de la spécialisation pour nourrir la population ici et sur les marchés

will be pressure on Canada to respond through greater engagement with the world. There are many possible paths to choose as Canada's government defines the food economy policy for industry, value-added growth and viability.

internationaux. À mesure que le monde réclame plus de nourriture, le Canada sera soumis à des pressions pour réagir en s'investissant davantage à l'échelle mondiale. Le pays peut choisir de nombreuses avenues à mesure que le gouvernement du Canada élabore la politique économique et alimentaire pour l'industrie afin d'en favoriser la croissance et la viabilité à valeur ajoutée.

Canada currently has a comparative advantage in numerous manufactured value-added food products. Major categories where we have an outsized share of global trade include pork, canola oil, beef and frozen potatoes. Overall, there are nine major segments of the industry. That includes animal feed, bakeries, dairy, processed fruit and vegetables, grain and oilseed milling, meat, seafood, sugar and confectionery products.

Le Canada bénéficie actuellement d'un avantage concurrentiel en ce qui concerne de nombreux produits alimentaires à valeur ajoutée, occupant une part de marché appréciable dans les marchés internationaux du porc, de l'huile de canola, du bœuf et des pommes de terre congelées. Dans l'ensemble, l'industrie compte neuf grands segments, soit ceux des aliments pour animaux, de la boulangerie, des fruits et légumes transformés, de la mouture des grains et oléagineux, de la viande, des produits de la mer, du sucre et des produits de confiserie.

The characteristics of the segments can vary in each of these groups. For example, the export share of sales is 70 per cent for seafood. They are less than 3 per cent for dairy. However, only in the case of seafood, grain, red meats, processed fruits and vegetables do you see exports higher than 25 per cent of sales. These are areas for value additions. However, the supply management system limits Canada's exports of value-added dairy and poultry.

Les caractéristiques de segments peuvent varier dans chacun de ces groupes. Par exemple, la part des ventes à l'exportation est de 70 p. 100 dans le segment des produits de la mer, alors qu'elle est inférieure à 3 p. 100 dans celui des produits laitiers. Ce n'est toutefois que dans les segments des produits de la mer, des grains, des viandes rouges, et des fruits et légumes transformés que les exportations constituent plus de 25 p. 100 des ventes. Il s'agit de secteurs à valeur ajoutée. Par contre, la gestion de l'offre limite les exportations du Canada dans les domaines des produits laitiers et de la volaille à valeur ajoutée.

Among all the demand for growth in protein around the world, dairy is the highest growing market right now and we can't participate because of our system here.

Compte tenu de la forte demande en protéines dans le monde, le marché des produits laitiers est celui qui connaît la croissance la plus substantielle; or, notre système nous empêche de contribuer à satisfaire cette demande.

With a saturating domestic market, the global export markets offer Canada's value-added sector greater opportunities for growth. As with agricultural products, the growing populations and wealth in emerging markets provide the potential for new markets for Canadian value-added food processors.

Avec la saturation du marché national, les marchés extérieurs offrent au secteur à valeur ajoutée du Canada de meilleures occasions de croissance. Comme c'est le cas pour les produits agricoles, l'augmentation de la population et de la richesse dans les marchés émergents offre de nouveaux marchés potentiels aux transformateurs canadiens d'aliments à valeur ajoutée.

Some success stories, such as canola oil in China and red meats in Mexico, are already apparent. CETA, China and India's expanding middle class, which is larger than the entire population of Canada, will drive these opportunities further.

Certaines réussites, comme celle de l'huile de canola en Chine et des viandes rouges au Mexique, sont déjà apparentes. L'AECG et la croissance de la classe moyenne en Chine et en Inde, qui est plus vaste que toute la population canadienne, feront encore croître les débouchés.

For instance, meat accounts for over half of the CPTPP-destined agri-food exports while seafood accounts for half of Canada's $900 million processed food experts to the EU.

Par exemple, la viande constitue plus de la moitié des exportations de produits agroalimentaires destinés aux pays adhérant à l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste, alors que les produits de la mer représentent la moitié des exportations d'aliments transformés du Canada vers l'Union européenne, lesquelles s'élèvent à 900 millions de dollars.

The U.S., China and Japan remain Canada's top destinations. About 70 per cent of our food production stays in Canada. Beyond that, we export the rest. We are a net exporter. Of the 30 per cent that we export, 23 per cent goes to the U.S., 2 per cent to China, 2 per cent to Japan, and the remainder for the rest of the world. It is mainly the U.S., China and Japan.

There are a few high-end value-added markets in the world where we can grow exports of processed value-added food products and help achieve the country's $75 billion agri-food export target by 2025. It was about $65 billion, according to Agriculture and Agri-Food Canada in March.

In the U.S., the most significant market for commodity processed food exports — we exported about $23 billion in 2016 — includes bakery products, canola seeds, beef and frozen French fries.

For China, it is about $2.2 billion in canola products, pork, beef, frozen crab and alcohol.

For Japan, it is about $1.6 billion. The most significant markets are in pork, beef, animal food, frozen fries, malt and special crops.

Canada's implementation of CETA with Europe and the expanding global middle class bode well for our value-added agri-food export opportunities. However, we don't know yet if NAFTA negotiations will temper the benefits of an expanding U.S. economy.

Elsewhere, stronger economic growth in emerging markets will support greater spending on food, providing opportunities for Canadian exporters to target these markets. We are among the cheapest markets in the world. We spend less than 10 per cent on food, like the Americans, in Canada. In other places in the world they spend a lot more on their food.

The economy in Canada is about $1.2 trillion. Food is about $200 billion, which means that households spend around $8,000 per year on food. In other countries, the relativeness of the market expenses at the household level is much higher than here. You will see much more demand because of population growth, but also because of preferences and willingness to pay more for food elsewhere outside the country.

Les États-Unis, la Chine et le Japon demeurent les principaux marchés extérieurs du Canada. Environ 70 p. 100 de notre production d'aliments reste au pays, et nous exportons le reste. Le Canada est donc un exportateur net. Des 30 p. 100 de produits qu'il exporte, 23 p. 100 sont destinés aux États-Unis, 2 p. 100 à la Chine et 2 p. 100 au Japon, alors que le reste est expédié dans d'autres pays. Nous exportons donc principalement vers les États-Unis, la Chine et le Japon.

Il existe dans le monde quelques marchés à valeur ajoutée haut de gamme où nous pouvons accroître nos exportations de produits alimentaires à valeur ajoutée transformés et contribuer ainsi à l'atteinte de l'objectif de notre pays, qui entend porter la valeur de ses exportations de produits agroalimentaires à 75 milliards de dollars d'ici 2025. Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, ces exportations totalisaient 65 milliards de dollars en mars.

Aux États-Unis, les plus importants marchés d'exportation des produits alimentaires transformés incluent les produits de boulangerie, les graines de canola, le bœuf et les frites congelées, exportations dont la valeur s'est élevée à quelque 23 milliards de dollars en 2016.

Nos exportations vers la Chine, qui totalisent environ 2,2 milliards de dollars, incluent les produits du canola, le porc, le bœuf, le crabe congelé et l'alcool.

Quant à nos exportations vers le Japon, elles s'élèvent à 1,6 milliard de dollars, les marchés les plus importants étant ceux du porc, du bœuf, des aliments pour animaux, des frites congelées, du malt et des cultures spéciales.

La mise en œuvre de l'AECG entre le Canada et l'Europe et la croissance de la classe moyenne dans le monde sont de bon augure pour nos occasions d'exportations de produits agroalimentaires à valeur ajoutée. Cependant, nous ignorons si les négociations relatives à l'ALENA amoindriront les avantages de la croissance de l'économie américaine.

Ailleurs, la croissance économique vigoureuse des marchés émergents favorisera l'augmentation des dépenses alimentaires, ce qui donnera aux exportateurs canadiens l'occasion de cibler ces marchés. Le Canada figure parmi les marchés du monde où on dépense le moins pour l'alimentation. À l'instar des Américains, les Canadiens dépensent moins de 10 p. 100 de leur budget pour leur alimentation. Dans d'autres pays, ce pourcentage est bien plus élevé.

L'économie canadienne s'élève à quelque 1,2 billion de dollars, la part des aliments totalisant quelque 200 milliards de dollars. Cela signifie que les ménages dépensent annuellement environ 8 000 $ pour leur alimentation. Dans d'autres marchés, la part relative des dépenses des ménages sur le marché est de loin supérieure. La demande augmentera en raison de la croissance de la population, mais aussi parce que les

consommateurs préfèrent acheter des aliments venant de l'étranger et sont prêts à dépenser davantage à cette fin.

According to the World Blank, real GDP is forecast to average gains of 3 per cent in the next three years and expand at more than double the rate of advanced economies like Canada.

La Banque mondiale prévoit que le PIB réel augmentera en moyenne de 3 p. 100 au cours des trois prochaines années pour s'établir à plus du double du taux des économies développées comme le Canada.

A lower Canadian dollar also helps us. It supports food exports to the U.S. and elsewhere. In 2017, Canada exported $34 billion worth of agri-food products, a year-over-year increase of 5 per cent. That is wonderful. Typically, as I said earlier, over 70 per cent of Canada's agri-food exports are to the U.S.

La faiblesse du dollar canadien nous aide, appuyant les exportations d'aliments vers les États-Unis et ailleurs. En 2017, le Canada a exporté des produits agroalimentaires pour une valeur de 34 milliards de dollars, une augmentation de 5 p. 100 sur 12 mois. C'est formidable. Habituellement, comme je l'ai expliqué plus tôt, plus de 70 p. 100 des exportations de produits agroalimentaires du Canada sont destinées aux États-Unis.

While oil prices are projected to remain relatively flat this year and interest rate hikes in the U.S. are expected to precede those in Canada, the Canadian dollar is not forecast to appreciate much. At the Conference Board we figure it will average below the 80-cent mark for this year.

Alors que les prix du pétrole devraient demeurer stables cette année et que les hausses du taux d'intérêt des États-Unis devraient précéder celles du Canada, le dollar canadien ne devrait pas tellement s'apprécier. Le Conference Board s'attend à ce qu'il se maintienne sous la barre des 80 cents cette année.

Although higher oil prices will lead to gradual appreciation of the loonie over the coming years, it will continue to provide our sector a competitive edge in the global markets. The OECD also projects that prices for ag commodities will continue to soften over the coming decade. Most notably beef, sugar and fish should see the largest declines. This limits the cost pressures for manufacturers and value-added products that depend on these inputs. It is not great for the fishers, but it is great for the processors.

Même si la hausse des prix du pétrole générera une appréciation graduelle du huard au cours des prochaines années, notre dollar continuera de nous conférer un avantage concurrentiel sur les marchés internationaux. L'OCDE prévoit également que les prix des marchandises agricoles poursuivront leur baisse au cours de la prochaine décennie, les diminutions les plus marquées devant s'observer chez le bœuf, le sucre et le poisson. Voilà qui limite les tensions financières pour les fabricants et les produits à valeur ajoutée qui dépendent de ces intrants. C'est malheureux pour les pêcheurs, mais c'est excellent pour les transformateurs.

Canada will continue to find a competitive edge for its value-added food sector if it can position itself in trade agreements that our key competing countries don't become part of. For instance, the U.S. got out of TPP. That is an advantage for us.

Le secteur alimentaire à valeur ajoutée du Canada continuera de jouir d'un avantage concurrentiel si notre pays peut conclure des accords commerciaux auxquels ses principaux concurrents n'adhèrent pas. Par exemple, le retrait des États-Unis du Partenariat est à notre avantage.

Expanding market access not only provides export opportunities but can also lead to lower input costs within the supply chain. One key outcome from the surge in foreign demand is that the industry now finds itself operating close to full capacity, which is wonderful news, at about 90 per cent. Thus, future value-added production growth will require a pickup in foreign direct investment, and domestic industry investment is key for growth here. It is essential to expanding the country's ability to take advantage of rising foreign demand for Canadian value-added food products.

Non seulement l'accroissement de l'accès au marché offre-il des occasions d'exportations, mais il peut aussi engendrer une diminution du coût des intrants au sein de la chaîne d'approvisionnement. La hausse marquée de la demande étrangère fait notamment en sorte que l'industrie fonctionne presque à plein régime, soit à 90 p. 100, ce qui constitue une excellente nouvelle. L'augmentation de la production à valeur ajoutée exigera donc un accroissement de l'investissement étranger direct, et l'industrie canadienne doit absolument investir à cet égard. C'est essentiel pour permettre au pays d'être mieux en mesure de tirer parti de l'augmentation de la demande étrangère à l'égard des produits alimentaires à valeur ajoutée du Canada.

Unfortunately for the industry the current investment climate is not necessarily positive, given the uncertainty surrounding the market access in the U.S. right now. The differing responses by

Malheureusement pour l'industrie, le climat d'investissement actuel n'est pas nécessairement favorable, l'accès au marché américain étant incertain actuellement. Les réactions diversifiées

various food groups of the Canadian value-added sector provide better insights into the responsiveness, adaptability and innovation of this sector to a series of competitiveness challenges. This argues for a greater recognition by firms and industry segments of the role of their management of skilled labour and product/process innovation.

des divers groupes alimentaires du secteur à valeur ajoutée canadien donnent une meilleure idée de la capacité de ce dernier à réagir, à s'adapter et à innover face à une série de défis que pose la concurrence. Voilà qui monte que les entreprises et les segments de l'industrie doivent mieux reconnaître le rôle de la gestion de la main-d'œuvre qualifiée et de l'innovation en matière de produit et de processus.

Labour is an issue. There is a labour gap along the supply chain. We did a three-year study, funded by ESDC, for the Canadian Agricultural Human Resource Council. We determined, over 25 occupations across all commodity groups, across crop and animal production, that the labour gap in agriculture in Canada right now is 58,000 workers.

La main-d'œuvre pose problème, puisqu'il y a pénurie de travailleurs dans la chaîne d'approvisionnement. Nous avons réalisé, pour le compte du Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture, une étude de trois ans financée par Emploi et Développement social Canada, laquelle nous a permis de déterminer que pour 25 emplois dans tous les groupes de marchandises et les types de productions agricoles et animales, il manque actuellement 58 000 travailleurs dans le secteur agricole canadien.

It grows. If we model it out to 2025, that domestic gap grows to 114,000 workers. That is just agriculture. That's not processing where you see most of the value added.

Le problème prend de l'ampleur. Si nous faisons des prévisions pour 2025, ce manque atteindra 114 000 travailleurs dans le secteur agricole seulement. Ce chiffre n'inclut pas le secteur de la transformation, principal créateur de valeur ajoutée.

There are also challenges. They don't have the skills, willingness and mobility to move around the country. We might have some skills and labour available, but we are really filling the gap with temporary foreign workers. Of the 58,000 workers in the gap in 2014, some 45,000 were filled by foreign workers.

Il y a également des défis à relever, ces travailleurs ne possédant pas les compétences, la volonté et la mobilité nécessaires pour se déplacer au pays. Nous disposons peut-être de certaines compétences et de certains travailleurs, mais dans les faits, nous comblons le manque avec des travailleurs étrangers temporaires. Des 58 000 postes vacants en 2014, environ 45 000 ont été comblés par des travailleurs étrangers.

However, there are challenges to value addition. For food processors, financial considerations ranked as the highest obstacle to innovate and develop value-added products. About 42 per cent of firms report lack of internal cash flow. R&D tax credits are the most common use of government support for innovation and value-added products. About 59 per cent of firms with fewer than 20 employees use this method. Almost all, 85 per cent of firms with 200 employees or more, use R&D tax credits. While skilled labour shortages are seen as a medium to high obstacle — around 37 per cent of firms reported this — it is just as high as regulatory barriers.

L'ajout de valeur pose toutefois certaines difficultés. Pour les transformateurs d'aliments, les considérations financières constituent le principal obstacle à l'innovation et à la conception de produits à valeur ajoutée. Environ 42 p. 100 des entreprises déplorent un manque de liquidités mobiles internes. Les crédits d'impôt à la R-D sont la forme de soutien gouvernemental la plus souvent utilisée pour l'innovation et les produits à valeur ajoutée. Environ 59 p. 100 des entreprises comptant moins de 20 employés et presque toutes les entreprises de plus de 200 employés, soit 85 p. 100 d'entre elles, recourent à ces crédits. Même si les pénuries de main-d'œuvre sont considérées comme un obstacle, d'importance moyenne à élevée, par environ 37 p. 100 des entreprises, ce facteur est aussi problématique que les obstacles réglementaires.

Some 16 per cent of food processors also cite corporate and management resistance to innovation as a medium to high obstacle, and 24 per cent of firms report lack of ideas in terms of value addition.

Environ 16 p. 100 des transformateurs d'aliments indiquent également que la résistance des entreprises et des gestionnaires à l'innovation constitue un obstacle d'importance, moyenne à élevée, alors que 24 p. 100 des entreprises font état d'un manque d'idées sur le plan de l'ajout de valeur.

Nevertheless, key areas to focus efforts on improving value-added export competitiveness include raising R&D activity and research intensity levels. We also have research that shows R&D grows with firm size. As firms grow in terms of the number of employees or revenue, so do innovation and R&D.

Néanmoins, pour améliorer la compétitivité sur le plan des exportations de produits à valeur ajoutée, il faudra accroître l'intensité des activités de R-D et de recherche. Certaines recherches indiquent, en outre, que la R-D augmente à mesure

que l'entreprise prend de l'expansion. L'innovation et la R-D augmentent au fil de l'accroissement de l'effectif ou des revenus.

We also recommend investments in enhancing productivity in greater supply chain integration and economies of scale, which is very important here. It is a challenge because our market is dispersed. It is a small market, actually. We are not a large player.

Nous recommandons également d'investir pour renforcer la productivité afin de favoriser l'intégration de la chaîne d'approvisionnement et les économies d'échelle, des facteurs très importants ici. C'est un défi, car notre marché est dispersé. C'est un petit marché, en fait. Nous ne sommes pas un gros joueur.

The Doha Round would have been fantastic. We would probably not recommend discussing one on one with the U.S. We support regional or multilateral trade agreements as a preference, as well as the adoption of investments in digital technologies. This would include big data. Blockchain is kind of new. AI is more robust. Automation and robotics are important.

Le cycle de Doha aurait été formidable. Nous ne recommanderions probablement pas de discuter seul à seul avec les États-Unis. Nous appuyons les accords commerciaux régionaux ou multilatéraux, qui ont notre préférence, ainsi que l'adoption d'investissement dans les technologies numériques, dont les mégadonnées. Les chaînes de blocs sont assez nouvelles; l'intelligence artificielle est plus solide, alors que l'automatisation et la robotique sont importantes.

I would add reducing pre-market approval times at Health Canada to allow us to enter the market more quickly and for potential mutual recognition, so that if the U.S. or Europeans recognize a product it would be accepted here and our firms could then enter the market more quickly. That is very important.

J'ajouterais qu'il faudrait réduire les délais d'approbation préalable à la mise en marché par Santé Canada pour nous permettre de pénétrer le marché plus rapidement et pour favoriser une acceptation mutuelle potentielle. Ainsi, si les États-Unis ou l'Europe approuvent un produit, il serait accepté ici et nos entreprises pourraient entrer sur le marché plus rapidement. C'est très important.

One last item is to modernize our food regulations. A lot of them are outdated. The regulatory burden can be quite high and eat into a firm's ability to export far more value-added products in the global market.

Il importerait enfin de moderniser la réglementation des aliments, qui est en bonne partie désuète. Le fardeau de la réglementation peut être considérable et nuire à la capacité des entreprises d'exporter un bien plus grand nombre de produits à valeur ajoutée sur le marché mondial.

Thank you.

Merci.

**Donald Buckingham, President and Chief Executive Officer, Canadian Agri-Food Policy Institute:** Good morning, senators and staff of the Senate. It is a great pleasure to be appearing before this committee.

**Donald Buckingham, président et chef de la direction, Institut canadien des politiques agroalimentaires :** Bonjour, sénateurs. Je salue également le personnel du Sénat. Je suis enchanté de témoigner devant le comité.

Accompanying me is Tulay Yildirim, our Director of Policy Research Partnerships. I will come back to her title because it is significant. We have done agriculture, agri-food and processing in silos for many decades. It is time we think about new patterns and partnerships. We have already decided to make that evident with that job title.

Je suis accompagné de Tulay Yildirim, notre directrice, Partenariat — recherche sur les politiques. Je m'attarderai à son titre, car c'est important. L'agriculture, l'agroalimentaire et la transformation fonctionnement séparément depuis de nombreuses décennies. Il est temps que nous envisagions de nouvelles façons de faire et de nouveaux partenariats. Nous avons déjà décidé de mettre ce fait en évidence dans ce titre.

[*Translation*]

[*Français*]

I'm very happy to be with you today. Agriculture is very important to Canada, and the processing of agricultural products is part of the Canadian growth system. This is an area close to my heart. I've been working in agriculture for five decades, first in Saskatchewan, with my family, who were farmers.

Je suis très heureux d'être parmi vous. L'agriculture est très importante pour le Canada, et la transformation des produits agricoles fait partie du système canadien de croissance. C'est un secteur qui me tient à cœur. Cela fait déjà cinq décennies que je travaille dans le milieu de l'agriculture, d'abord en Saskatchewan, avec ma famille, qui était composée d'agriculteurs.

This is not an academic issue, but a life issue, a future issue for Canada.

*[English]*

The Canadian Agri-Food Policy Institute is an independent non-partisan policy catalyst, bringing insight and evidence to the public square. We are no more firmly planted in the public square than we are this morning.

We like to provide a neutral place to hold difficult dialogues. Emerging ideas are exposed and debated among the leaders of the industry and the leaders of government.

Today, we are here to talk about Canada's food and beverage processing sector. Mr. Le Vallée has already given you a full overview of how important that sector is in the Canadian economy. In fact, it is the most important manufacturing industry in Canada, being the largest industry in Canada. It is larger than transportation, equipment manufacturing, machinery manufacturing, chemical manufacturing and wood product manufacturing. It is not an insignificant opportunity for us to say, "Let's grow this sector of the economy."

As Mr. Le Vallée has said, it's a very fractured sector. Small operations with fewer than 100 employees account for 94 per cent of food and beverage processing in Canada. Medium processors, those with between 100 and 500 employees, are about 5.4 per cent, which leaves half a per cent of the number of players for large enterprises of 500-plus employees. Those large enterprises produce a lot of the products, but we see a lot of players in this sector.

That presents challenges but also opportunities because small and medium enterprises are perhaps the most nimble to try new things, to do new things, to invent new products and to find new markets, but they have limitations. Usually those are, as Mr. Le Vallée has said, cash considerations.

Since 2017, many of you will have been aware of, heard of or perhaps heard too much about something called the Barton report. This was the federal government's advisory committee on economic growth report that said the agriculture and agri-food sector had to be tapped to drive economic growth in Canada. It was not economic growth for the agricultural sector, but economic growth for the country. For the well-being of Canadians, we have to go deeper and longer in the agriculture and agri-food sector.

That sector is quite diverse. It has the producers from Saskatchewan, Manitoba, Alberta, P.E.I., the lower mainland of British Columbia, Ontario and Quebec. It also has the processors and transformation industries found in some of our larger

Ce n'est pas une question académique, mais une question de vie, une question d'avenir pour le Canada.

*[Traduction]*

L'Institut canadien des politiques agroalimentaires est un catalyseur stratégique non partisan indépendant qui présente des idées et des preuves dans l'espace public. Nous ne pouvons être plus fermement, au cœur de l'espace public que nous le sommes, ce matin.

Nous aimons offrir un endroit neutre pour tenir des dialogues difficiles où des idées émergentes sont proposées et débattues par les chefs de file de l'industrie et le gouvernement.

Nous témoignons aujourd'hui pour traiter du secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons. M. Le Vallée vous a déjà expliqué l'importance de ce secteur dans l'économie canadienne. En fait, il s'agit de l'industrie manufacturière la plus importante du pays, plus grande que les secteurs des transports et de la fabrication d'équipement, de machines, de produits chimiques et de produits du bois. Nous avons une occasion en or de recommander de faire croître ce secteur de l'économie.

Comme M. Le Vallée l'a souligné, le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons est fort fragmenté, étant composé à 94 p. 100 de petites entreprises comptant moins de 100 employés. Les transformateurs de taille moyenne, soit ceux qui emploient de 100 à 500 travailleurs, constituent environ 5,4 p. 100 du secteur, ce qui fait que les entreprises de plus de 500 employés en forment 0,5 p. 100. Ces grandes entreprises sont d'importants producteurs, mais le secteur comprend de nombreux acteurs.

Cette situation présente des défis, mais aussi des occasions, car les petites et moyennes entreprises sont peut-être plus souples, ce qui leur permet d'essayer de nouvelles choses, d'inventer de nouveaux produits et de percer de nouveaux marchés. Elles ont toutefois des limites, lesquelles sont habituellement de nature financière, comme M. Le Vallée l'a fait remarquer.

Depuis 2017, nombre d'entre vous auront entendu parler, peut-être trop, du rapport Barton, dans lequel le comité consultatif du gouvernement fédéral sur la croissance économique a indiqué qu'il fallait tirer parti du secteur agricole et agroalimentaire pour stimuler la croissance économique du pays. Ce rapport ne portait pas sur la croissance économique du secteur agricole, mais sur celle du pays. Pour le bien-être des Canadiens, nous devons étudier plus profondément et plus longtemps le secteur agricole et agroalimentaire.

Le secteur est très diversifié, composé de producteurs de la Saskatchewan, du Manitoba, de l'Alberta, de l'Île-du-Prince-Édouard, de la vallée du bas Fraser de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec. Il comprend également les

provinces. Then we have the new value-added, innovative technologies that actually feed those innovations.

transformateurs et les industries de la transformation de certaines grandes provinces. À cela s'ajoutent les nouvelles technologies novatrices à valeur ajoutée qui favorisent l'innovation.

As a whole, we see the possibility in the Barton report that primary products will only account for about 40 per cent of the growth expected to occur. We are looking for other 69 per cent to the value-added market. That will be for exports over the next 10 years.

En ce qui concerne le rapport Barton, nous pensons que dans l'ensemble, les produits primaires ne seront à l'origine que d'environ 40 p. 100 de la croissance prévue, 69 p. 100 devant être attribuables au marché à valeur ajoutée et à ses exportations au cours des 10 prochaines années.

While we have a trade surplus in primary products, we have a trade deficit in the food and beverage sector. Currently, we import more food and beverages than we export. This is an opportunity and obvious place for growth for exports.

Malgré un excédent commercial sur le plan des produits primaires, nous affichons un déficit commercial dans le secteur des aliments et des boissons. Actuellement, nous importons plus d'aliments et de boissons que nous n'en exportons. Il y a donc là une occasion et un secteur évident pour accroître les exportations.

While Mr. Le Vallée has provided you with the necessary statistical basis of the sector, how it can grow and its certain kinds of limitations, I want to take us in a slightly different direction because this is what CAPI does.

Alors que M. Le Vallée vous a fourni les statistiques de base nécessaires sur le secteur, vous a expliqué comment il peut croître et exposer certaines de ses limites, je veux emprunter une avenue légèrement différente, car c'est ce que fait l'Institut canadien des politiques agroalimentaires, ou ICPA.

In CAPI, the Canadian Agri-Food Policy Institute, we try to look in the longer term. We try to look around the next corner of what will be important for growing the Canadian agri-food sector.

L'ICPA s'efforce d'adopter une vision à long terme, tentant de voir au-delà du prochain tournant pour déterminer ce qu'il importera de faire pour favoriser la croissance du secteur agroalimentaire canadien.

The new suggestion that I will put before you today is the subject of a report, which we will release next week, on what we heard across the country over the last year with respect to meeting the targets set by the Barton report to grow the Canadian economy through the agri-food sector by 50 per cent over the next 10 years.

La nouvelle proposition que je vous présenterai aujourd'hui figure dans un rapport, que nous publierons la semaine prochaine, sur ce que nous avons entendu à l'échelle du pays au sujet de ce qu'il faut faire pour atteindre les objectifs fixés dans le rapport Barton afin de faire croître l'économie canadienne de 50 p. 100 grâce au secteur agroalimentaire au cours des 10 prochaines années.

Three significant factors will help the food and beverage sector as well as the Canadian agri-food sector as a whole.

Trois facteurs importants aideront le secteur des aliments et des boissons et l'ensemble du secteur agroalimentaire canadien.

The first is concentrating on the trade possibilities for new value as well as traditional possibilities for simply shipping more products outside Canada.

Il faut d'abord se concentrer sur les occasions commerciales afin d'en tirer une valeur nouvelle, ainsi que sur les débouchés traditionnels pour tout simplement expédier plus de produits à l'étranger.

Second, we have to figure out how we can monetize that new value. Canada is very gifted in the kinds of products and the kinds of resources we have to produce those products, but right now a Brazilian soybean and a southern Ontario soybean are indistinguishable on the world market. In fact, there are some very significant differences with respect to environmental sustainability, for example.

En outre, nous devons déterminer comment nous pouvons tirer un avantage monétaire de cette nouvelle valeur. Le Canada est très gâté au chapitre de la variété de produits et des ressources servant à leur fabrication, mais à l'heure actuelle, rien ne distingue le soja brésilien du soja ontarien sur le marché mondial, alors qu'en fait, il existe entre les deux des différences substantielles, sur le plan de la durabilité environnementale, par exemple.

Third, we will suggest that new partnership models for innovation and co-operation have to be actualized. They are starting to be formed, and some of that is at the initiative of the federal government with the supercluster program and with the

Nous proposons enfin de créer de nouveaux modèles de partenariats et de collaboration. Ces associations commencent à prendre forme, parfois à l'instigation du gouvernement fédéral, qui a lancé le programme de supergrappes et la politique

national food policy, where we are bringing together companies, organizations, associations and government that don't usually fit in the same room. That is a very welcome development.

Let me go over the three points in a bit more detail. We are suggesting that if we are to move forward with our ambitious growth agenda, both in the primary sector and in the value-added sector in the food and beverage industry, we need a new approach to recognizing and adding value.

What adds value to food products? Consumer preferences and retail food markets are changing extremely fast. Food companies are simply not able to respond to them as quickly as they would like. As a result, over the past three years average sales at North America's top 10 food processing companies have actually declined by 4.4 per cent. Four of the top 10 have endured sales drops in the double digits. Big food has lost more than $20 billion in sales in the past three years as customer loyalty to national brands has faded.

Is this a bad thing? Yes and no. It is a bad thing because the ability to penetrate those markets is slipping. The good thing is that consumers are looking for something new.

Today, I brought one of the new products out of Peterborough, Ontario. It is 100 per cent cricket powder. This is a protein now available in Loblaws that you can add to your smoothies and muffins to add protein.

That is the kind of innovation. It was started by three brothers who used to raise crickets for their reptiles and they said, "We can do better than this." The kind of innovation that is possible in Canada is unlimited, so we have to value these kinds of companies.

You may not want a cricket muffin but my staff were subjected to this last week at our staff meeting when I made some rhubarb cricket muffins.

We have to figure out where the new value is. The obvious thing is in new products, but that is not the only thing. We feel there is a possibility of monetizing Canada's comparative advantage in producing high quality, safe and environmentally sustainable foods for gaining trade advantages.

Companies like Campbell and Kellogg have done the research because they have the extra money for it. There are consumer demands that are typical. They want new flavours. They want products that are safe, but they have also found that in 2018

alimentaire nationale, initiatives dans le cadre desquelles s'unissent des entreprises, des organisations, des associations et un gouvernement qui ne s'assoient habituellement pas à la même table. C'est une heureuse initiative.

Permettez-moi de vous expliquer ces trois points un peu plus en détail. Selon nous, si nous allons de l'avant avec le programme de croissance ambitieux dans le secteur primaire et le secteur à valeur ajoutée de l'industrie des aliments et des boissons, il faut adopter une nouvelle approche afin de reconnaître la valeur et d'en ajouter.

Qu'est-ce qui ajoute de la valeur aux produits alimentaires? Les préférences des consommateurs et les marchés alimentaires de détail évoluent extrêmement vite, et les fabricants d'aliments sont tout simplement incapables de réagir aussi rapidement qu'ils le voudraient. Par conséquent, depuis trois ans, les ventes moyennes des 10 principales entreprises de transformation des aliments d'Amérique du Nord ont diminué de 4,4 p. 100. Quatre d'entre elles ont encaissé des diminutions de ventes atteignant les deux chiffres. Les géants de l'agroalimentaire ont perdu plus de 20 milliards de dollars au chapitre des ventes au cours des trois dernières années à mesure que s'amenuisait la loyauté des consommateurs à l'égard des marques nationales.

Est-ce une mauvaise chose? Oui et non. C'est une mauvaise chose parce que les entreprises perdent la capacité de pénétrer les marchés; par contre, les consommateurs peuvent s'attendre à quelque chose de nouveau.

J'ai apporté aujourd'hui un nouveau produit de Peterborough, en Ontario : de la poudre faite entièrement de grillons. Cette protéine maintenant en vente chez Loblaws peut être ajoutée aux boissons fouettées et aux muffins pour y ajouter des protéines.

C'est le genre d'innovation dont je parle. L'idée vient de trois frères qui élevaient des grillons pour leurs reptiles, qui se sont dit qu'ils pouvaient faire mieux. Les possibilités d'innovation sont infinies au Canada; nous devons donc valoriser ce genre d'entreprise.

Vous ne voulez peut-être pas de muffin aux grillons, mais mon personnel y a goûté la semaine dernière lors de notre réunion, quand j'ai cuisiné des muffins à la rhubarbe et aux grillons.

Nous devons découvrir où se trouve la nouvelle valeur. Il y en a évidemment dans les nouveaux produits, mais pas seulement là. Nous considérons qu'il est possible de tirer un avantage monétaire de l'avantage comparatif du Canada en produisant des aliments salubres, de haute qualité et durable sur le plan de l'environnement afin de se procurer des avantages commerciaux.

Des entreprises comme Campbell et Kellogg ont effectué des recherches, parce qu'elles disposent des fonds pour le faire. Certaines demandes des consommateurs sont classiques, mais les gens veulent de nouvelles saveurs et des produits salubres. Les entreprises ont toutefois constaté qu'en 2018, les consommateurs

consumers want transparency, sustainability and ethnic options to purchase.

Even more so, they want healthy ingredients, environmentally sustainable and socially conscious sourced food products. These are the ones where small enterprises will be able to have an advantage in providing the quality attributes.

Not only are those findings true in Canada and the United States but Nielsen has done an international survey. Guess what the Chinese are looking for? They are looking for food safety and health, attributes that we in Canada, as a trusted global leader in providing safe and nutritious food, can supply into the future.

Finally, our third point is new models for partnership for growth. Mr. Le Vallée has aptly pointed out that the small guys are nimble, but they don't have a lot of cash. Every time they are to make an innovative step, it is a bit of a risk.

We need to think about a new delivery model for partnerships of growth. Our objective is to have a sustainable food system with the new products that consumers demand and that we will be able to sell. Our industry, in co-operation with science research communities, governments and policy communities like our own, will develop new ways to understand and monetize the quality of sustainable aspects of the growth agenda.

It makes no sense if we produce, produce, produce and produce, and somehow diminish our capacity as a country to grow food. We need sustainability so that 10 years down the road Quebec will be able to produce more green vegetables and Saskatchewan will be able to produce more canola on land which has not been exhausted.

We need to find public/private solutions. One interesting thing that has come out of the supercluster process is that government no longer necessarily has to step out and be the leader or the father saying how we can lead this family. There is an opportunity for industry to come alongside and ask, "What can government bring to the table? What can producer associations bring to the table? What can the corporate players bring to the table?"

While we very much support science-based developments, that those be recognized in our trade agreements and that market access not be closed down arbitrarily for protectionist purposes, we need to have one voice for the agricultural science policy and the value-added food and beverage industry.

veulent aussi de la transparence, de la durabilité et des produits ethniques à acheter.

En outre, ils veulent des produits alimentaires contenant, des ingrédients sains, durables sur le plan de l'environnement, produits par des entreprises dotées d'une conscience sociale. C'est à cet égard que les petites entreprises pourront jouir d'un avantage en offrant ces caractéristiques de qualité.

Ces constats ne s'observent pas qu'au Canada et aux États-Unis. Nielsen a mené un sondage international, et devinez ce que les Chinois recherchent? Ils veulent des aliments salubres et sains, des caractéristiques que le Canada, à titre de chef de file mondial auquel on fait confiance pour proposer des aliments salubres et nutritifs, peut offrir dans l'avenir.

Venons-en enfin à notre troisième point, celui des nouveaux modèles de partenariat aux fins de croissance. M. Le Vallée a fait remarquer avec justesse que les petits acteurs sont souples, mais ne disposent pas de beaucoup de liquidités. Ainsi, chaque fois qu'ils innovent, ils s'exposent un risque.

Nous devons envisager un nouveau modèle de prestation afin de nouer des partenariats aux fins de croissance. Notre objectif consiste à établir un système alimentaire durable proposant les nouveaux produits que les consommateurs réclament et que nous pourrons leur vendre. Notre industrie, en collaboration avec le milieu de la recherche scientifique, les gouvernements et les groupes d'élaboration de politiques comme le nôtre trouveront de nouvelles manières de comprendre la qualité des aspects durables du programme de croissance et d'en tirer des avantages monétaires.

Il est insensé de produire, produire et produire, tout en diminuant la capacité de notre pays à cultiver des aliments. Il faut assurer la durabilité pour que, dans 10 ans, le Québec soit capable de produire plus de légumes verts et que la Saskatchewan puisse produire plus de canola sur des terres qui n'ont pas été épuisées.

Nous devons trouver des solutions faisant intervenir les secteurs public et privé. Le processus des supergrappes a permis de constater que le gouvernement n'a plus nécessairement à intervenir pour prendre les choses en main. L'industrie a ici l'occasion de jouer un rôle et de demander ce que le gouvernement, les associations de producteurs et les sociétés peuvent proposer.

Même si nous appuyons sans réserve les avancées fondées sur la science, et souhaitons que ces dernières soient prises en compte dans nos accords commerciaux et que les marchés ne leur soient pas arbitrairement fermés pour des motifs protectionnistes, le secteur de la politique des sciences agricoles et l'industrie des aliments et des boissons à valeur ajoutée doivent s'exprimer d'une seule et même voix.

To conclude, these are the three potential ways to improve our competitiveness in the value-added food sector in global markets.

First, we have to recognize that this sector has a great growth potential. According to the Barton report, we can count on this sector to deliver some of that growth.

Second, we need to recognize that growth for growth's sake will not lead us in the right direction because it will fail on the economic, social and environmental comparative advantage that we need to monetize into the future. Consumers are willing to pay for this.

Third, we have to recognize that old supply chains, old manufacturing methods and even old R&D models are changing. We will realize our market advantage if we can bring to the table new models of partnership, bringing together science and policy communities and practitioners to disseminate and monetize that new research.

Thank you very much.

**The Chair:** Those two comprehensive presentations took a little longer than the time the clerk had allotted to both of you, but we have a number of questions.

Fortunately, our next panel is smaller so we may go over a bit on the time allotted for this panel.

[*Translation*]

**Senator Maltais:** I will be as brief as possible. I have two quick questions.

Mr. Le Vallée, you said in your presentation that the cost of oil will be stable this year.

**Mr. Le Vallée:** Yes.

**Senator Maltais:** Because we can't say that oil has been the epitome of stability in the past five years.

**Mr. Le Vallée:** No.

**Senator Maltais:** What predicts that it won't be a major factor in the coming years?

**Mr. Le Vallée:** I was saying that this year is more or less stable and that it will increase over the next three years.

**Senator Maltais:** Are you adding the carbon tax to the cost of oil?

Je conclurai en indiquant que ce sont là les trois manières dont nous pourrions améliorer la compétitivité de l'industrie alimentaire à valeur ajoutée sur les marchés internationaux.

Il faut d'abord admettre que ce secteur a un formidable potentiel de croissance. Selon le rapport Barton, nous pouvons compter sur lui pour concrétiser une partie de cette croissance.

En outre, nous devons admettre que la croissance pour la croissance ne nous mènera pas dans la bonne direction, car cela ne nous conférera pas l'avantage économique, social et environnemental dont nous avons besoin pour tirer un gain monétaire du commerce dans l'avenir. Les consommateurs sont prêts à payer pour cela.

Nous devons enfin admettre que les anciennes chaînes d'approvisionnement, les vieilles méthodes de fabrication et même les anciens modèles de R-D évoluent. Nous concrétiserons notre avantage commercial si nous pouvons adopter de nouveaux modèles de partenariat afin de réunir les milieux des sciences et des politiques et les professionnels dans le but de faire connaître le fruit des nouvelles recherches et d'en tirer un avantage monétaire.

Merci beaucoup.

**La présidente :** Ces deux exposés exhaustifs ont pris un peu plus de temps que le greffier vous avait accordé, mais nous avons un certain nombre de questions.

Heureusement, notre prochain groupe de témoins est un peu plus petit; nous pourrions donc dépasser légèrement le temps prévu pour le présent groupe.

[*Français*]

**Le sénateur Maltais :** Je vais être le plus bref possible. J'ai deux petites questions.

Monsieur Le Vallée, vous avez dit dans votre présentation que le prix du pétrole sera stable cette année.

**M. Le Vallée :** Oui.

**Le sénateur Maltais :** Parce que, au cours des cinq dernières années, on ne peut pas dire que le pétrole était le roi de la stabilité.

**M. Le Vallée :** Non.

**Le sénateur Maltais :** Qu'est-ce qui prédit que ce ne sera pas un facteur important au cours des prochaines années?

**M. Le Vallée :** Je disais que cette année, c'est plus ou moins stable et que, au courant des trois prochaines années, ça va augmenter.

**Le sénateur Maltais :** Est-ce que vous rajoutez au coût du pétrole la taxe sur le carbone?

**Mr. Le Vallée:** No.

**Senator Maltais:** Perhaps it should be anticipated.

**Mr. Le Vallée:** That is another calculation that is being published. It's done from the inside. The Conference Board of Canada publishes its research regularly.

**Senator Maltais:** You have no figures. What will this give us for the year —

**Mr. Le Vallée:** This isn't my area, but I could send you a copy.

**Senator Maltais:** That would be nice.

Mr. Buckingham, I would like to talk about your cricket powder. Where do the crickets come from and are they healthy?

**Mr. Buckingham:** You want the health profile?

**Senator Maltais:** Yes. Where do the crickets come from?

**Mr. Buckingham:** They come from Peterborough, Ontario. Three brothers raise the crickets. It's a brand new local Canadian product. However, the product is a little expensive. A small bag costs $15.

**Senator Maltais:** Do they sell a lot for export?

**Mr. Buckingham:** I don't know. I can find out, because that's a good question. For the moment, world production is located more in Asian countries. This product would rather be intended for the Canadian market because, outside Canada, there are already major sources in Vietnam and Cambodia. They eat them in those countries, and I suppose they are already exporting them.

**Senator Maltais:** Are they licensed by the Department of Health?

**Mr. Buckingham:** Yes, absolutely.

[*English*]

**Senator Oh:** That's wonderful information. It's fantastic.

In your opinion, how is Canada perceived by other countries in terms of its cultural values, image and national identity? How do these perceptions align with all of the many Canadian foreign policy objectives?

Almost every panellist who has been here talked about labour shortage. One key thing everybody mentions when they come before the Senate committee is labour.

**M. Le Vallée :** Non.

**Le sénateur Maltais :** Il faudrait peut-être la prévoir.

**M. Le Vallée :** C'est un autre calcul qu'on publie. On le fait de l'intérieur. Le Conference Board du Canada publie ses recherches de façon régulière.

**Le sénateur Maltais :** Vous n'avez pas de chiffres. Qu'est-ce que cela va nous donner pour l'année...

**M. Le Vallée :** Ce n'est pas mon secteur, mais je pourrais vous en envoyer une copie.

**Le sénateur Maltais :** Ce serait bien.

Monsieur Buckingham, j'aimerais parler de votre poudre aux grillons. D'où viennent les grillons, et sont-ils en santé?

**M. Buckingham :** Vous voulez le profil santé?

**Le sénateur Maltais :** Oui. D'où viennent les grillons?

**M. Buckingham :** Ils viennent de Peterborough, en Ontario. Ce sont trois frères qui élèvent des grillons. C'est un produit local canadien tout neuf. Le produit est toutefois un peu dispendieux. Un petit sachet coûte 15 $.

**Le sénateur Maltais :** Est-ce qu'ils en vendent beaucoup pour l'exportation?

**M. Buckingham :** Je ne sais pas. Je peux me renseigner, car c'est une bonne question. Pour le moment, la production mondiale est située plutôt dans les pays asiatiques. Ce produit serait plutôt destiné au marché canadien, parce qu'à l'extérieur, il y a déjà des sources importantes au Vietnam et au Cambodge. Dans ces pays, ils en mangent, et je suppose que l'exportation se fait déjà.

**Le sénateur Maltais :** Sont-ils homologués par le ministère de la Santé?

**M. Buckingham :** Oui, tout à fait.

[*Traduction*]

**Le sénateur Oh :** Ce sont des renseignements fort intéressants. C'est formidable.

À votre avis, comment les autres pays considèrent-ils le Canada au chapitre des valeurs culturelles, de l'image et de l'identité nationale? Comment ces perceptions cadrent-elles avec les nombreux objectifs de la politique étrangère du Canada?

Presque tous les témoins qui ont comparu ont évoqué la pénurie de main-d'œuvre. Tout le monde parle de la main-d'œuvre au comité sénatorial.

**Mr. Le Vallée:** Canada has a good world-wide reputation wide in terms of its food safety, which is why I highlighted it in my presentation. We try to put evidence behind that. At the Conference Board of Canada we are heavily evidence based.

We did this report to get a sense of our strengths. That doesn't mean we can rest on our laurels. The Europeans are stronger in traceability, for instance. They are years ahead.

We have lower rates of food-borne illness. They have more in parts of Scandinavia, for instance. We don't necessarily report well on chemical risk at consumption anywhere in the world. Some countries update their food guides more often than we do. The last time we had nutrition data was in 2004.

Periodically the Canadian Community Health Survey performs a nutrition cycle. The last one was in 2015. We don't have the date yet. We don't have access to the data. The one before that was 2004, and then before that was 1972. We don't know well the health and nutrition of the Canadian population. It's a bit off topic, but it's important that we invest more in nutrition surveys in this country.

Branding is strong in terms of food safety and traceability. Immediately upon the production of my report, there were Europeans from Belgium and Italy, for example, who were last and were very upset. Years later, I talked with several people from their governments and they said the impact was that people had questioned their confidence in their products. It's something we have to use in our favour.

The main message that I always tell firms is about quality. The first question a foreign buyer will ask is about food safety. If they want to import to this country, it's non-negotiable. Food safety is always the top priority.

Chinese, for example, love our products because they know that they are safe. That's one of the main reasons they trust our products.

Even though my report says that Canada did very well, there are competitors like the Europeans who will question it and say, "No, no, no." That's an immediate reaction because they need to promote their own products. We have a strong world-wide reputation, and we should use that in our favour, along with our Canadian brand; not a provincial brand or a local brand but our Canadian brand.

**M. Le Vallée :** À l'échelle internationale, le Canada jouit d'une bonne réputation sur les plans de la salubrité alimentaire; c'est d'ailleurs la raison pour laquelle j'en ai parlé dans mon exposé. Nous tentons d'étayer cette réputation avec des preuves. Le Conference Board du Canada met beaucoup d'accent sur les preuves.

Nous avons préparé notre rapport pour avoir un aperçu de nos points forts. Cela ne signifie pas que nous pouvons nous asseoir sur nos lauriers. Les Européens font meilleure figure que nous au chapitre de la traçabilité, par exemple. Ils ont des années d'avance sur nous.

Le Canada affiche des taux inférieurs de maladies d'origine alimentaires. Ces taux sont plus élevés en Scandinavie, par exemple. Cependant, nous ne faisons pas nécessairement bien état des risques liés aux produits chimiques lors de la consommation, peu importe l'endroit du monde dont il s'agit. Certains pays mettent à jour leurs guides alimentaires plus souvent que nous. La dernière mise à jour remonte à 2004.

Périodiquement, l'Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes entreprend un cycle sur la nutrition. Le dernier a eu lieu en 2015. Nous ignorons encore la date, n'ayant pas accès aux données. Les précédents ont été effectués en 2004 et 1972. Nous ne connaissons pas bien la santé et l'alimentation de la population canadienne. C'est un peu en dehors du sujet, mais il importe que nous investissions davantage dans les enquêtes sur la nutrition au pays.

L'image de marque est forte sur les plans de la salubrité alimentaire et de la traçabilité. Dès la parution de mon rapport, des Européens de Belgique et d'Italie, qui figuraient en queue de peloton, étaient furieux. Des années plus tard, j'ai parlé à plusieurs personnes travaillant pour le gouvernement de ces pays, qui m'ont indiqué que le rapport avait incité des gens à remettre en question leur confiance à l'égard des produits. C'est un élément que nous devons exploiter à notre avantage.

La qualité est le principal facteur dont je parle toujours aux entreprises. La première question qu'un acheteur étranger posera concernera la salubrité de l'aliment, une caractéristique non négociable s'il veut l'importer dans son pays. La salubrité alimentaire constitue toujours la principale priorité.

Par exemple, les Chinois sont friands de nos produits, car ils savent qu'ils sont sécuritaires. C'est une des principales raisons pour lesquelles ils font confiance à nos produits.

Même si mon rapport indique que le Canada s'en tire très bien, certains concurrents comme les Européens remettront nos pratiques en question et diront : « Non, non, non. » C'est une réaction immédiate, car ils doivent faire la promotion de leurs propres produits. Nous devrions utiliser en notre faveur la solide réputation dont nous bénéficions à l'échelle mondiale et l'image de marque canadienne plutôt qu'une image de marque provinciale ou locale.

**Senator Oh:** Before, when I travelled the Pacific Rim, the maple leaf logo or maple leaf brand wasn't in their conscience, but now it identifies safe, quality products.

**Mr. Le Vallée:** I would use that more and more, absolutely. It's a very strong symbol.

**Mr. Buckingham:** Those are great questions. I would have two branches of the answer. There is a general perception and then there are some specific measures, if we are to talk about new value recognition, that we could do better.

I echo your observations and those of Mr. Le Vallée that, generally speaking, the Canada brand is recognized, particularly in Asia. It adds value in the sense it distinguishes it from other products. A consumer is more likely to go for this product than for another. That is good because it increases the market share.

There are specific intellectual property branding marks that add even more value because they tell consumers one exact attribute. I could give a few examples.

For instance, if you have a particular traceability system which is now in force in Canada through the Canadian Grain Commission, you can identify a soybean produced in a particular field in southern Ontario as a non-GMO soybean. It will be paid a very hefty premium in Taipei or Tokyo by the soy milk producers.

That's the kind of quality we could accentuate in many other products. With what we are doing now for identity preservation of that quality aspect, we could move into environmental sustainability.

For instance, if you take a look at the way green vegetables are produced in California, they are produced with irrigation and depletion of the aquifer, which is becoming significant. In Canada, we have rain-fed agriculture. That is the most sustainable method of producing agriculture. We don't get any value for that. The consumer doesn't know how a tomato was produced in one place or another.

We are arguing and certainly bringing to the attention of producer associations that there are opportunities for branding beyond the general buy Canadian or buy Québécois. They are becoming quite interested because we have a specific attribute.

[*Translation*]

The Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, or CARTV, is very advanced in Quebec. For the rest of Canada, it would be good to recognize that there are ways to

**Le sénateur Oh :** Quand je voyageais dans le bassin du Pacifique, à l'époque, le logo ou la marque arborant la feuille d'érable n'évoquait rien, mais maintenant, on l'associe à des produits de qualité sécuritaires.

**M. Le Vallée :** J'utiliserais la feuille d'érable de plus en plus, car c'est un symbole très fort.

**M. Buckingham :** Ce sont d'excellentes questions. Je répondrais en deux temps : en parlant de la perception générale, puis des mesures précises qu'on peut prendre si nous parlons de la nouvelle valeur, que nous pouvons mieux reconnaître.

Comme vous et M. Le Vallée, je pense que de façon générale, la marque du Canada est reconnue, particulièrement en Asie. Elle ajoute de la valeur, car elle permet de distinguer nos produits des autres. Le consommateur sera plus porté à choisir nos produits que les autres. C'est une bonne chose, car cela augmente la part de marché.

Certaines marques de propriété intellectuelle ajoutent encore plus de valeur, car elles indiquent aux consommateurs que le produit a une caractéristique précise. Je pourrais vous donner quelques exemples.

Par exemple, un système de traçabilité particulier mis en œuvre au pays par l'entremise de la Commission canadienne des grains permet de savoir que le soja produit dans un champ donné du Sud de l'Ontario ne contient pas d'organisme génétiquement modifié. Les producteurs de lait de soja paieront le prix fort pour ce produit à Taipei ou Tokyo.

C'est le genre de qualité que nous pourrions améliorer dans bien d'autres produits. Avec ce que nous faisons actuellement pour préserver l'identité de cet aspect de qualité, nous pourrions améliorer la durabilité environnementale.

Par exemple, si on examine la manière dont les légumes verts sont produits en Californie, on constate qu'ils sont cultivés à l'aide de systèmes d'irrigation, ce qui pose un grave problème de diminution de l'aquifère. Au Canada, c'est la pluie qui arrose les cultures. C'est la méthode la plus durable d'agriculture. Or, nous ne tirons aucune valeur de ce fait. Le consommateur ignore comment les tomates sont produites aux divers endroits.

Nous considérons que la promotion de l'image de marque ne se résume pas à encourager l'achat de produits canadiens ou québécois, ce que nous faisons certainement remarquer aux associations de producteurs. Ces dernières commencent à s'intéresser fortement à la question, car nous bénéficions d'une caractéristique précise.

[*Français*]

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) est très avancé au Québec. Pour le reste du Canada, il serait bon de reconnaître qu'il existe des moyens de favoriser la

promote the added value of agricultural and processed products in Canada. So much for the future.

Are processes and mechanisms available to recognize value added in Canada? Not quite, but we're getting close.

[*English*]

I think we have the possibility. That's the general and specific.

Third, we have to vigorously pursue non-compliance at the international level when we have somebody saying something isn't safe that is actually scientifically proven.

The example that comes to mind right now is in Italy where our Canadian durum wheat is being slammed by producer associations because it's unsafe. It is clearly not scientifically proven that it's unsafe. In fact, it's as safe as it was in Italy three years ago. It's exactly the same durum.

We have to take those hard conversations, as I call them, to the WTO or to our member states and say, "This is not the way the rules say you should be playing. We have to talk." There are other examples with canola tolerances in China and pulses in India.

It's a very good question. We have to do it on three different levels, but the branding issue is huge.

**Senator Oh:** In Asia-Pacific they eat 24 hours a day. That's a huge market.

**Senator Doyle:** Mr. Le Vallée, in your opening comments you said:

> The current Canadian value-added food marketplace is highly competitive.

At the end of the paragraph you talked about the factors which influence the evolving food supply and demand, and you mentioned variation in climate.

To what extent does our cold climate add to the cost of our agricultural products? Do we need subsidies or programs, say, in Eastern Canada? In particular, if you were watching the national news a couple of nights ago, Nova Scotia has lost its entire blueberry supply.

To what extent would cold climate in certain parts of Canada add to the cost of agricultural products in those areas? Maybe we need food subsidies in certain parts of the country for the Nova Scotia blueberry industry, for example, to compete effectively with places like British Columbia or Alberta in summertime.

valeur ajoutée des produits agricoles et transformés au Canada. Voilà pour ce qui est de l'avenir.

A-t-on des processus et des mécanismes disponibles pour reconnaître la valeur ajoutée au Canada? Pas tout à fait, mais on s'approche du but.

[*Traduction*]

Je pense que nous en avons la possibilité. C'est en général et en détail.

Sachez en outre que nous devons nous attaquer vigoureusement à la non-conformité à l'échelle internationale quand quelqu'un affirme qu'un produit n'est pas sécuritaire et que ces allégations sont scientifiquement prouvées.

L'exemple qui me vient à l'esprit est celui de l'Italie, où les associations de producteurs ferment la porte au blé dur canadien, alléguant qu'il n'est pas sécuritaire. Or, ces affirmations ne sont pas prouvées par la science. En fait, notre blé dur est aussi sécuritaire qu'il l'était en Italie il y a trois ans. C'est exactement le même blé dur.

Nous devons tenir ce que j'appellerais des discussions difficiles au sein de l'Organisation mondiale du commerce ou avec les États membres pour faire valoir que ce n'est pas ainsi que les règles devraient s'appliquer. Nous devons parler. Il existe d'autres exemples avec la tolérance au canola en Chine et les légumineuses en Inde.

C'est une excellente question. Nous devons agir à trois égards, mais l'image de marque est une question de premier plan.

**Le sénateur Oh :** Les gens mangent 24 heures par jour en Asie-Pacifique. Le marché est immense.

**Le sénateur Doyle :** Monsieur Le Vallée, vous avez indiqué ce qui suit dans votre exposé :

> Le marché alimentaire à valeur ajoutée du Canada est fort concurrentiel.

À la fin du paragraphe, vous traitez des facteurs qui influencent l'évolution de la chaîne d'approvisionnement et de la demande, évoquant notamment les changements climatiques.

Dans quelle mesure notre climat froid fait-il augmenter le coût de nos produits agricoles? Devons-nous offrir des subventions ou des programmes, dans l'Est du Canada, par exemple? Si vous avez regardé les nouvelles nationales il y a quelques jours, vous saurez que la Nouvelle-Écosse a perdu tous ses bleuets.

Dans quelle mesure notre climat froid fait-il augmenter le coût de nos produits agricoles dans ces régions? Peut-être devons-nous offrir des subventions dans certaines régions du pays, pour que l'industrie du bleuet de la Nouvelle-Écosse, par exemple,

puisse faire efficacement concurrence à la Colombie-Britannique ou à l'Alberta pendant l'été.

Do you have any comment on that?

Avez-vous quelque chose à dire à ce sujet?

**Mr. Le Vallée:** I can't value the risk from climate change, but I can say that there are mechanisms in place in terms of weather insurance and production insurance to help assist those risks. If the farmers don't pay their premiums, they are at a loss.

**M. Le Vallée :** Je ne peux accorder une valeur au risque associé au changement climatique, mais je peux dire qu'il y a des mécanismes en place en ce qui a trait à l'assurance contre les intempéries et à l'assurance-production pour aider à atténuer ces risques. Si les agriculteurs ne paient pas leurs primes, ils affichent une perte.

They don't expect this kind of cold weather to happen this late in Nova Scotia. It's not just wild blueberries, which is a fantastic product. It's also apples and peaches. Everyone else was affected. To reinvest in wild blueberries, it will easily take two or three years if they've lost their roots and have to replant. That's a cost. If they don't take out the premiums on the insurance, it eats into their capital to reinvest in assets, and some might close.

Les agriculteurs de la Nouvelle-Écosse ne s'attendent pas à connaître des températures froides si tard. Il ne s'agit pas seulement des bleuets sauvages, qui sont fantastiques, mais aussi des pommes et des pêches. Tout le monde a été touché. Il faudra facilement deux ou trois ans pour réinvestir dans les bleuets sauvages s'ils ont perdu leurs racines et qu'ils doivent être replantés. Cela entraîne un coût. Si les agriculteurs n'utilisent pas leurs primes d'assurance, ils doivent gruger dans leurs capitaux pour réinvestir dans les biens et certains pourraient cesser leurs activités.

We see this often. It is rain fed, but you will probably see more risks in terms of arid land in the Prairies where you see most of the irrigation in the country.

C'est ce qu'on voit souvent. C'est le cas pour l'agriculture pluviale, mais les risques sont probablement plus élevés dans les terres arides des Prairies, où se fait la majeure partie de l'irrigation du pays.

The climate risks are also moving north as weather changes. With climate change the world is getting warmer, so we will not initially grow more food because we can't really extensify, which means going into more marginal lands. We will intensify to improve the yield and productivity with sustainable investments. We will not threaten our resource endowments because there are issues around water quality, air quality, soil quality and biodiversity.

Les risques climatiques se déplacent aussi vers le nord au fil des changements météorologiques. Avec les changements climatiques, la planète se réchauffe. Nous n'allons pas cultiver plus d'aliments au départ parce que nous ne pouvons pas vraiment accroître l'intensité des cultures, alors nous utilisons les terres marginales. Nous allons intensifier la culture pour améliorer le rendement et la productivité par l'entremise d'investissements durables. Nous n'allons pas mettre nos ressources en péril pour des enjeux associés à la qualité de l'eau, de l'air et de la terre ou à la biodiversité.

There is some production loss, which is expected. Actually there is very little food loss and food waste. Our agriculture is quite efficient. Half of the loss and waste in this country is at the consumer level. The value of the food wasted in Canada is $31 billion.

Il y a une perte de production, qui est attendue. En fait, il y a très peu de perte ou de gaspillage d'aliments. Notre agriculture est assez efficace. La moitié des pertes et du gaspillage du pays se fait à l'échelon du consommateur. On estime la valeur du gaspillage alimentaire à 31 milliards de dollars au Canada.

That's just the food. If you add in the resources that went into the production of the food, the transportation and the manufacturing, over $100 billion is lost every year in Canada.

Ce ne sont que les aliments. Si l'on ajoute les coûts associés aux ressources nécessaires pour produire les aliments, au transport et à la fabrication, cela correspond à plus de 100 milliards de dollars de perte chaque année au Canada.

**Senator Doyle:** How do we change that in a protein-hungry world? With $31 billion in food being wasted every year, do you have any ideas on what can be done?

**Le sénateur Doyle :** Comment peut-on changer les choses dans un monde où la demande en protéines est élevée? Si nous gaspillons 31 milliards de dollars d'aliments chaque année, que pouvons-nous faire? Avez-vous une idée?

**Mr. Le Vallée:** Yes. There are efficiency gains that we can still make along the supply chain, but the main focus should be on the consumer.

There is confusion around best before dates. People tend to consider them a health issue. They are not. It's a quality date. It's not a human health risk. Consumers look at the dates on yogurt and eggs, and at midnight they are no good. They throw them out and food is wasted.

As I already said, food is very cheap in Canada. We tend not to eat out much. In the U.S. they eat out more than 50 per cent of the time now, whereas in Canada it's over 30 per cent. We will see growth in online groceries and, as we eat out more, we will see more freshness and a bit less waste. At the consumer level, it's not just education. We tend to overpurchase food and we buy too large.

I know it's a lengthy answer, but I wanted to say that there are ways municipalities can play a role in terms of composting, helping consumers reduce organic wastes and making them more conscious. I live in Gatineau. There is a brown bin. I am fined if they find organic waste in the garbage. From it they make black earth to which all citizens can have access in the end. That's one way at the household level.

Retailers can also inform consumers. Most Canadians don't read the food guide although it's probably the most downloaded document in the country in terms of government documents. I teach at university and about 30 per cent of my student have read the food guide. That gives you a sense of the lack of food literacy in this country.

I can go beyond that. They don't know the meaning of organic foods. They don't read food labels. The people who read food labels the most are in British Columbia, and the least are in Alberta. About 60 per cent of Albertans read food labels and about 80 per cent in B.C.

**Senator Mercer:** A fundamental question we all have is: What wine do we serve with crickets?

**Mr. Buckingham:** I am glad you asked that. Canadian wines.

**Senator Mercer:** I knew that was the answer, by the way.

**Mr. Le Vallée:** I have a 30-second answer. I want to follow up on the last question about climate risk.

**M. Le Vallée :** Oui. Nous pouvons réaliser des gains d'efficience dans la chaîne d'approvisionnement, mais il faut surtout se tourner vers le consommateur.

Il y a une certaine confusion au sujet des dates de péremption. Les gens tendent à penser que c'est une question de santé. Ce n'est pas le cas. C'est une date de qualité. Il n'est pas question de risque pour la santé humaine. Les consommateurs regardent la date de péremption du yogourt et des œufs, et ils pensent qu'à minuit, ces aliments ne seront plus bons, alors ils les jettent et les gaspillent.

Comme je l'ai dit plus tôt, les aliments sont très peu coûteux au Canada. Nous ne mangeons pas souvent au restaurant. Aux États-Unis, les gens mangent dans les restaurants plus de 50 p. 100 du temps, tandis qu'au Canada, c'est plus de 30 p. 100 du temps. L'épicerie en ligne va connaître une croissance et si nous mangeons plus au restaurant, il y aura plus de fraîcheur et un peu moins de gaspillage. Pour les consommateurs, ce n'est pas seulement une question d'éducation. Nous avons tendance à acheter de trop grandes quantités d'aliments.

Je sais que ma réponse est longue, mais je voulais dire qu'il y a des façons pour les municipalités de faire leur part : elles peuvent faire le compostage, aider les consommateurs à réduire leurs déchets organiques et les conscientiser. J'habite à Gatineau. Nous avons le bac brun. Je peux recevoir une amende si je place des déchets organiques dans la poubelle. Avec ces déchets, la ville fait de la terre noire à laquelle tous les habitants de la ville ont accès. C'est une façon d'améliorer les choses dans les foyers.

Les détaillants peuvent aussi informer les consommateurs. La plupart des Canadiens ne lisent pas le guide alimentaire, même s'il s'agit probablement du document gouvernemental le plus téléchargé au pays. J'enseigne à l'université et environ 30 p. 100 de mes étudiants n'ont pas lu le guide alimentaire. Cela vous donne une idée du manque de connaissances alimentaires au pays.

Je peux aller plus loin. Ils ne savent pas ce que signifie la mention « biologique ». Ils ne lisent pas les étiquettes d'aliments. C'est en Colombie-Britannique que les gens lisent le plus les étiquettes d'aliments et en Alberta qu'ils les lisent le moins. Environ 60 p. 100 des Albertains lisent les étiquettes d'aliments; en Colombie-Britannique, c'est environ 80 p. 100.

**Le sénateur Mercer :** Nous nous posons tous cette question essentielle : quel vin boit-on avec les grillons?

**M. Buckingham :** Je suis heureux que vous posiez la question. Des vins canadiens.

**Le sénateur Mercer :** Je connaissais la réponse, en passant.

**M. Le Vallée :** J'aimerais prendre 30 secondes pour vous répondre. Je veux donner suite à la dernière question sur le risque climatique.

Climate risk in the Niagara region is immediate. If they don't get their minus 8 degrees, the entire region will lose its wine crop. It is very close. As the world warms, you will see the wine crop going farther north and more in Quebec. That is another climate risk area in the country.

Dans la région de Niagara, le risque climatique est immédiat. Si elle n'atteint pas les moins 8 degrés, la région tout entière perdra ses cultures viticoles. Nous sommes presque rendus là. Au fil du réchauffement de la planète, les cultures viticoles se déplaceront vers le nord et vers le Québec. C'est une autre zone de risque climatique au pays.

**Senator Mercer:** We are looking at 9.7 billion people on this planet by 2050. Nobody is having a conversation about feeding 9.7 billion people. Everybody is talking about a bit of this and a bit of that, but no one is coming up with a plan.

**Le sénateur Mercer :** D'ici 2050, il y aura 9,7 milliards de personnes sur la planète. Personne ne parle de nourrir tous ces gens. On parle un peu de ceci ou de cela, mais personne n'a de plan.

If 9.7 billion people show up here and 2 billion of them are hungry, we have a problem. We have a huge problem. It's not just their hunger. It's their anger, their frustration and how they take that frustration out on the rest of us.

S'il y a 9,7 milliards de personnes et que 2 milliards d'entre elles ont faim, nous avons un problème. Nous avons un énorme problème. Il n'y a pas seulement la faim; il y a aussi la colère et la frustration contre les autres.

You've talked about growth potential in agriculture, which is really encouraging. How does that translate into exports and jobs for Canadians?

Vous avez parlé du potentiel de croissance de l'agriculture, ce qui est très encourageant. Comment cela se traduit-il par des exportations et des emplois pour les Canadiens?

**Mr. Buckingham:** Interestingly, in our cross-Canadian consultations that we did between last November and this May, we heard a lot about exports. It is not just growth for growth sake. It's not just more wheat out Saskatchewan and more pork out of Quebec. It has to be something different if we are to get to these targets.

**M. Buckingham :** Ce qui est intéressant, c'est que dans le cadre de nos consultations pancanadiennes de novembre et de mai derniers, nous avons beaucoup entendu parler d'exportations. La croissance n'est pas une fin en soi. Il n'est pas seulement question de faire pousser plus de blé en Saskatchewan et d'élever plus de porc au Québec. Il faut viser autre chose si nous voulons atteindre ces objectifs.

Also interestingly, with a lot of innovation happening in Canada we tend to develop it and then sell it off overseas instead of being the people who develop the technology and keep selling it around the world.

Ce qui est intéressant aussi, c'est que nous avons tendance à vendre les innovations canadiennes à l'étranger plutôt que de les garder ici.

One of possibilities for export that we really have not looked at is the spinoff of new technology, whether it is precision agriculture instruments, the use of software to analyze big data, new machinery technology or new genomics. That could be a significant part of our export target.

L'une des possibilités en matière d'exportation que nous n'avons pas prises en compte, ce sont les dérivés des nouvelles technologies, qu'il s'agisse d'instruments agricoles de précision, de logiciels d'analyse des données volumineuses, de nouvelles technologies relatives à la machinerie ou de nouvelles technologies en génomique. Ce pourrait être une partie importante de nos cibles en matière d'exportation.

It doesn't really fit into our normal paradigm. We usually think of more crates of Campbell's tomato soup or more loads of canola. There are probably three different branches of export increases. We can have the domestic primary product. We can have the value-added product, but we can also have the surrounding technology to make that new product.

Cela ne correspond pas tout à fait à notre paradigme habituel. Nous pensons habituellement à produire plus de caisses de soupe aux tomates Campbell's ou plus de chargements de canola. Il y a probablement trois possibilités d'augmenter les exportations. Il y a le produit primaire national, le produit à valeur ajoutée, mais aussi la technologie connexe qui peut nous permettre de créer un nouveau produit.

If in fact we are working in those three areas, we will see significant job creation. They won't be low-level, low-income or low-education jobs. Many of them will be high-tech jobs.

Si nous misons sur ces possibilités, nous allons créer de nombreux emplois. Je ne parle pas d'emplois de bas niveau, d'emplois mal rémunérés ou d'emplois nécessitant un faible niveau de scolarité. Bon nombre de ces emplois seront dans le domaine des hautes technologies.

This is what I am reading: Every week I get *The Western Producer*, the *Ontario Farmer* and *La Terre de Chez Nous*. I am always astounded by the little inventions people are making to enhance our ability to grow agriculture.

On the innovation side, the innovation paradigm will change from how we produce more stuff to how we produce the stuff people want. That includes the technology.

I'll give you an example. What if Canada had invented the Tetra Pak? The Swedes did, and it's all over the world. It ultimately became a huge income source for Sweden.

If we have small R&D and then sell it to large offshore corporations, they get the benefit and job creation. That's a paradigm we have to explore to increase our possibility of jobs.

**Senator Mercer:** You also talked about the need for an increased labour force in agriculture, and the 45,000 foreign workers in the sector.

There are two things about that. First, it's good for the sector because we can get the crops in the ground and harvest them. Second, it's good for the workers to get money to take back home, wherever home might be.

Going back to the 9.7 billion people, are they getting technology they can take home to teach their people to grow crops they are not growing now to help sustain their families and their economy and to help feed those 9.7 billion people?

**Mr. Le Vallée:** There are different ways of benefiting from this program. The immediate remittances you are talking about benefit farm workers. For example, foreign remittances that come back to Mexico are the second largest source of income. They don't necessarily bring back technology, but they bring back know-how. Ideally, we would not keep them here temporarily; they would become Canadians. They are doing jobs that many people don't want to do in this country.

There's a multiplier effect. If you hire dozens or hundreds of foreign workers, you are creating more positions for Canadians who want to do jobs in the farm business. They want to do R&D and management. They like working with machinery. That's doable because you have a labour base that allows the firm to grow.

Voilà ce que je lis : chaque semaine, je reçois *The Western Producer*, l'*Ontario Farmer* et *La Terre de Chez Nous*. Je suis toujours étonné de voir toutes les petites inventions qui nous permettent d'accroître notre capacité de cultiver.

En ce qui a trait à l'innovation, le paradigme changera : au lieu de se demander comment on peut produire plus, on se demandera comment on peut produire ce que les gens veulent. Cela comprend la technologie.

Je vais vous donner un exemple. Que serait-il arrivé si le Canada avait inventé le Tetra Pak? Ce sont les Suédois qui l'ont inventé et il est partout dans le monde. C'est une énorme source de revenus pour la Suède.

Si nous avons une petite capacité de R-D et que nous la vendons à des entreprises étrangères, alors ce sont les autres pays qui en tirent profit et qui créent des emplois. C'est un paradigme qu'il faut explorer pour accroître les possibilités d'emplois.

**Le sénateur Mercer :** Vous avez aussi parlé du besoin d'accroître la main-d'œuvre, et des 45 000 travailleurs étrangers dans le secteur.

J'aimerais dire deux choses à ce sujet. Premièrement, c'est bon pour le secteur, parce que nous pouvons planter les cultures et les récolter. Deuxièmement, c'est bon pour les travailleurs qui peuvent ramener de l'argent à la maison, peu importe où elle se trouve.

Pour revenir aux 9,7 milliards de personnes, est-ce que ces gens ont accès à des technologies qu'ils pourraient utiliser à la maison pour enseigner aux leurs comment faire pousser les cultures qu'ils ne font pas pousser à l'heure actuelle, afin de soutenir leur famille et l'économie, pour nourrir toutes ces personnes?

**M. Le Vallée :** Il y a diverses façons de profiter de ce programme. Les bénéfices immédiats dont vous parlez profitent aux travailleurs agricoles. Par exemple, l'argent envoyé de l'étranger représente la deuxième plus importante source de revenus au Mexique. Les travailleurs ne ramènent pas nécessairement des technologies, mais ils ramènent leur savoir-faire. Dans un monde idéal, ces travailleurs ne seraient pas ici temporairement; ils deviendraient des citoyens canadiens. Ils font un travail que bon nombre de gens ne veulent pas faire au pays.

Il y a un effet multiplicateur. Si vous embauchez des dizaines ou des centaines de travailleurs étrangers, vous créez plus de postes pour les Canadiens qui veulent travailler dans le domaine agricole. Ces gens veulent s'occuper de la recherche et du développement, ou de la gestion. Ils aiment travailler avec la machinerie. C'est faisable parce qu'il y a une base de main-d'œuvre qui permet aux entreprises de croître.

To answer your question on food insecurity, about 800 million people are food insecure, according to the United Nations. The sustainable development goals want to reduce it by half. We missed our previous target as a world, so we moved the target into the future. The number of people living on $1 or $2 a day is much higher.

Can Canada play a role? Sure. Are they consumers now? They are eaters. They need to eat food. In Canada, about 12 per cent of households have some form of food insecurity once or twice a year. Those with chronic food insecurity are mostly inner city poor or Inuit communities in the Arctic. They are small populations. There are maybe 60,000 Inuit. In absolute terms it's not very high, but in relative terms it is very high.

One area of the world where you see the most food insecurity is India. It has more middle class people than Canada, yet that's where you see the most food insecurity on the planet. India has hundreds of millions of people, but the severity is much more in sub-Saharan Africa.

**Senator Mercer:** Food insecurity is not due to the lack of production. It is due to the lack of delivery and storage, et cetera, that more food rots.

**The Chair:** I am taking that as a statement rather than a question. We will move on.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** Mr. Le Vallée, I'd like to address the issue of NAFTA and supply management.

Given the current situation, have you already developed financial scenarios, in other words, what would happen to our export products without NAFTA?

**Mr. Le Vallée:** Without NAFTA, no, that hasn't been done, but it is being done for supply management.

A report was written in 2013, I believe, proposing change management. We have to have a plan, because there is pressure outside Canada to manage supply. There is also pressure internally. Young families would like to participate in this sector, but they cannot, because it is far too expensive. The other factor is that the population is aging; these people will have to be replaced, but the quota is very expensive.

Possible solutions had been proposed that would benefit everyone. In fact, it has been found that farm businesses can grow by taking significant market shares outside the country.

Pour répondre à votre question, selon les Nations Unies, environ 800 millions de personnes vivent dans l'insécurité alimentaire dans le monde. Les objectifs en matière de développement durable visent à diminuer ce nombre de moitié. Nous n'avons pas réussi à atteindre notre objectif précédent, alors nous l'avons reporté. Le nombre de personnes qui vivent avec 1 ou 2 $ par jour est beaucoup plus élevé.

Est-ce que le Canada peut jouer un rôle à cet égard? Bien sûr. Est-ce que ces gens sont des consommateurs? Ils doivent manger. Au Canada, environ 12 p. 100 des ménages vivent une certaine forme d'insécurité alimentaire une ou deux fois par année. Les gens qui vivent une insécurité alimentaire chronique sont surtout des membres des collectivités pauvres des centres-villes ou des collectivités inuites de l'Arctique. Ce sont de petites populations. Il y a peut-être 60 000 Inuits. En termes absolus, leur nombre n'est pas très élevé, mais en terme relatif, il est très élevé.

La région du monde où l'insécurité alimentaire est la plus importante est l'Inde, dont la classe moyenne est plus importante que celle du Canada, mais où l'insécurité alimentaire est la plus importante sur la planète. L'Inde compte des centaines de millions de personnes, mais c'est en Afrique subsaharienne que la situation est la plus critique.

**Le sénateur Mercer :** L'insécurité alimentaire n'est pas attribuable au manque de production. Elle est attribuable au caractère inadéquat de la livraison et de l'entreposage; les aliments pourrissent.

**La présidente :** Je crois qu'il s'agit d'une affirmation et non d'une question. Nous allons continuer.

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** Monsieur Le Vallée, j'aimerais aborder la question de l'ALENA et de la gestion de l'offre.

Compte tenu de la situation actuelle, avez-vous déjà élaboré des scénarios financiers, à savoir ce qui arriverait à nos produits d'exportation sans l'ALENA?

**M. Le Vallée :** Sans l'ALENA, non, cela n'a pas été fait, mais on l'a fait pour la gestion de l'offre.

On a rédigé un rapport, en 2013 je crois, qui proposait la gestion du changement. Il faut avoir un plan, parce qu'il y a de la pression à l'extérieur du Canada en matière de gestion de l'offre. Il y a également de la pression à l'interne. De jeunes familles aimeraient participer à ce secteur, mais elles ne peuvent pas, parce que c'est beaucoup trop cher. L'autre facteur, c'est que la population est vieillissante; il va falloir remplacer ces gens, mais le quota est très cher.

On avait proposé des solutions possibles qui seraient profitables pour tout le monde. En fait, on a constaté que les entreprises agricoles peuvent prendre de l'expansion en prenant

There is a strong demand for industrial milk protein. It's difficult for fluid milk protein, because you need a fairly developed value chain; it's cold, it's heavy, and it's difficult to transport. The focus is on processed products, value added, especially cheese and yogurt. There is a strong demand for these products. Danone is a huge success in China, but it is not possible for us to participate.

des parts importantes du marché à l'extérieur du pays. Il y a une forte demande pour la protéine laitière du lait industriel. C'est difficile pour la protéine du lait de consommation, car il faut une chaîne de valeur assez développée; c'est froid, c'est lourd et c'est difficile à transporter. On met l'accent sur les produits transformés, les plus-values, notamment le fromage et le yogourt. Il y a une forte demande pour ces produits. La compagnie Danone connaît un immense succès en Chine, mais ce n'est pas possible pour nous de participer.

Other companies, like Saputo and Agropur, buy in the United States, Argentina and Australia to access global markets, because they can't do it from here. We have written a report that I could share with you in which we propose long-term solutions, again in the context of NAFTA.

D'autres entreprises, comme Saputo et Agropur, achètent aux États-Unis, en Argentine et en Australie afin d'accéder aux marchés mondiaux, parce qu'ils ne peuvent pas le faire d'ici. Nous avons rédigé un rapport que je pourrais vous transmettre dans lequel nous proposons des solutions à long terme, toujours dans le contexte de l'ALENA.

**Senator Dagenais:** Have you considered bilateral negotiations with Mexico or the United States? Everything is on the table right now. We have to be prepared.

**Le sénateur Dagenais :** Avez-vous envisagé d'engager des négociations bilatérales avec le Mexique ou les États-Unis? Tout est sur la table actuellement. Il faut se préparer.

**Mr. Le Vallée:** Canada is a small country in terms of the size of its economy. Negotiations with the United States are not recommended. Multilateral rather than bilateral negotiations are preferable. I would have preferred the Doha program to have been adopted, but that is now a thing of the past. We will have to be patient and wait for the current president to finish his term.

**M. Le Vallée :** Le Canada est un petit pays du point de vue de la taille de son économie. Il n'est pas recommandé d'entamer des négociations avec les États-Unis. Il est préférable d'engager des négociations multilatérales plutôt que bilatérales. J'aurais préféré que le programme de Doha soit adopté, mais c'est désormais chose du passé. Il faudra faire preuve de patience et attendre que le président actuel termine son terme.

**Senator Dagenais:** What will you do if he's re-elected?

**Le sénateur Dagenais :** Qu'allez-vous faire s'il est réélu?

**Mr. Le Vallée:** We will have to wait another eight years.

**M. Le Vallée :** Il faudra patienter encore huit ans.

**Senator Dagenais:** There are about six years left. Thank you very much, Mr. Le Vallée.

**Le sénateur Dagenais :** Il reste environ six ans. Merci beaucoup, monsieur Le Vallée.

**Senator Gagné:** Thank you for your very eloquent presentations. I very much appreciate the content, which makes us think about how to improve the sector.

**La sénatrice Gagné :** Je vous remercie de vos présentations très éloquentes. J'en apprécie énormément le contenu, qui nous fait réfléchir sur la façon d'améliorer le secteur.

[*English*]

[*Traduction*]

Mr. Buckingham, you mentioned that we have to find new ways to monetize all the sectors.

Monsieur Buckingham, vous avez dit qu'il fallait trouver de nouvelles façons de tirer profit de tous les secteurs.

[*Translation*]

[*Français*]

New financial means must be found to ensure the development of the sector. How can we attract investment in this area and attract foreign investment to Canada to improve the processing capacity of the agri-food sector? I'd like to hear your views on that.

Il faut trouver de nouveaux moyens financiers pour assurer le développement du secteur. Comment peut-on attirer des investissements à ce chapitre? S'agit-il d'attirer des investissements étrangers au Canada pour améliorer la capacité de transformation du secteur agroalimentaire? Y a-t-il des mises en garde à ce chapitre? J'aimerais entendre votre point de vue à ce sujet.

**Mr. Buckingham:** The short answer is yes, both. We have a lot of capacity here in Canada. I have confidence in future generations, researchers and students. I have two master's

**M. Buckingham :** La petite réponse courte, c'est oui, les deux. On a beaucoup de capacité, ici au Canada. J'ai confiance dans les générations futures, les chercheurs et les étudiants. Je

students with me this morning. They are thinking about how to improve the introduction of new technologies into Health Canada and international trade. Some scientific discoveries can upset the sector, because we have a traditional agri-food system. We know what we want. We want real maple syrup, real ground meat. It is difficult to make changes. We need to manage the situation well, particularly with regard to partnerships between developers and associations.

The Canadian Agri-Food Policy Institute is one of Saskatchewan's largest dairy protein clusters. These companies receive grants from government and local organizations to carry out new projects. So this initiative is already in place in a few areas. This is a small change. You don't do everything without outside help. The focus is on other areas, such as protein and artificial intelligence. So we will invest in these areas instead. In the past, it was said that the same should be done for Saskatchewan as for Ontario. Perhaps we have changed our approach a little, because now it isn't the government that decides, now it's a partner. I would prefer it to be a local or national investment rather than a partnership with a government. We already have a few examples, such as the Kingston milk plant, and that is another model. I believe there's a lot of opportunity, knowledge and innovation here in Canada. Why not take advantage of it?

**Senator Gagné:** Thank you.

[*English*]

**The Chair:** I will ask you to cut to the chase in your answers, or we will cut too much into the time for the next panel. I had intended to cut in somewhat, but not too much.

**Senator Woo:** Then I will cut to the chase with a question.

Mr. Buckingham, do you think Canadian agri-food producers can command a premium on the basis of low carbon-intensive Canadian production, in keeping with your comments about the premium that can be achieved through sustainability branding?

**Mr. Buckingham:** A very quick answer is yes, but the international system right now is not able to recognize that certain production methods in other countries are using subsidies that are not sustainable.

Our challenge is to bring in benchmarks that say this is sustainable and this is carbon negative, to find a branding mechanism, and then to find a consumer that is ready to pay for that. I am very hopeful.

suis accompagné ce matin de deux étudiantes en maîtrise. Elles réfléchissent aux moyens d'améliorer l'arrivée des nouvelles technologies au sein de Santé Canada et du commerce international. Certaines découvertes scientifiques peuvent bouleverser le secteur, parce qu'on a un système agroalimentaire traditionnel. On sait ce qu'on veut. On veut du vrai sirop d'érable, de la vraie viande hachée. Il est difficile d'apporter des changements. Il faut bien gérer la situation, entre autres en ce qui concerne les partenariats entre les développeurs et les associations.

L'Institut canadien des politiques agroalimentaires fait partie des grands regroupements d'entreprises en Saskatchewan dans le secteur des protéines laitières. Ces entreprises reçoivent des subventions de la part du gouvernement et des organismes locaux pour réaliser de nouveaux projets. Donc, cette initiative est déjà en place dans quelques secteurs. Il s'agit là d'un petit changement. On ne fait plus tout sans solliciter de l'aide de l'extérieur. On met l'accent dans d'autres secteurs, comme les protéines et l'intelligence artificielle. On va donc investir plutôt dans ces domaines. Par le passé, on disait qu'il fallait en faire autant pour la Saskatchewan que pour l'Ontario. On a peut-être changé un peu notre approche, parce que, maintenant, ce n'est pas le gouvernement qui décide, il est désormais partenaire. Je préférerais qu'il s'agisse d'investissements locaux ou nationaux plutôt que d'un partenariat avec un État. On a déjà quelques exemples, comme l'usine de lait de Kingston, et c'est un autre modèle. Je crois qu'il y a beaucoup de possibilités, de connaissances et d'innovations ici au Canada. Pourquoi ne pas en profiter?

**La sénatrice Gagné :** Merci.

[*Traduction*]

**La présidente :** Je vous demanderais d'aller droit au but dans vos réponses, pour que nous ayons suffisamment de temps pour la deuxième partie de notre réunion. J'avais prévu le coup un peu, mais il ne faut pas trop dépasser le temps prévu.

**Le sénateur Woo :** Alors j'irai droit au but avec ma question.

Monsieur Buckingham, pour revenir à vos commentaires au sujet des prix qui pourraient être associés à la durabilité, croyez-vous que les producteurs agricoles canadiens veulent un prix qui se fonde sur la production canadienne à faible carbone?

**M. Buckingham :** La réponse la plus rapide, c'est oui, mais à l'heure actuelle, le système international ne reconnaît pas que certaines méthodes de production d'autres pays utilisent des subventions qui ne sont pas durables.

Notre défi, c'est d'établir des points de référence en ce qui a trait à la durabilité et au carbone négatif, de trouver un mécanisme de valorisation de la marque et de trouver un consommateur prêt à payer pour cela. Je suis très optimiste.

[*Translation*]

**Senator Petitclerc:** I have a quick question on a very specific topic that may not have a significant economic impact on the market. Being from Quebec, I remember a few years ago, there was a lot of talk about local products and our ability to certify and promote them. There was a whole discussion about the fact that we weren't doing our job properly in terms of designations. For example, for a product to bear the name "champagne," it must come from the Champagne region.

So I was wondering if we'd made any progress. Is it important to do so? Are we missing opportunities? I'm thinking, among other things, of ice wines, Charlevoix products and ducks from the town of Lac Brome. Is it important to certify local products and make them one's own?

**Mr. Buckingham:** This is a very important aspect. I think Quebec got off to a good start. Every four years I write a book on Canadian food law. From 2014 to 2018, five times more value-added claims were designated in Quebec. That's a good start. We must now do the same in the rest of Canada. We have ice wine and the Vintners Quality Alliance of British Columbia. To have a sustainable label, you have to go in that direction. I think the future depends on it. We have to adapt, otherwise we'll miss these opportunities.

**Mr. Le Vallée:** There are currently very few mechanisms in place. It's a good way to go, absolutely.

**Senator Petitclerc:** Thank you.

[*English*]

**Senator R. Black:** Mr. Buckingham, in your cross-Canada tour did you feel there was confidence in achieving the Barton report objectives and getting to those targets by 2025?

Did you hear that, or what did you hear?

**Mr. Buckingham:** We are issuing our report next week on what we heard, and our first point is: Yes, we can. There was no hesitation that we would get to $75 billion, and we were wondering from what we heard: Is that ambitious enough?

**Mr. Le Vallée:** We can surpass that.

**Mr. Buckingham:** I would be happy to send all the members of the committee our report next week.

**The Chair:** Yes, please.

[*Français*]

**La sénatrice Petitclerc :** J'ai une question courte sur un sujet très précis et qui n'a peut-être pas un impact économique important sur le marché. Étant du Québec, je me souviens que, il y a quelques années, on parlait beaucoup des produits du terroir et de notre capacité à les certifier et à les promouvoir. Il y avait toute une discussion sur le fait qu'on ne faisait pas bien notre travail quant aux appellations. Par exemple, pour qu'un produit porte l'appellation « champagne », il doit provenir de la région de Champagne.

Alors, je me demandais si l'on avait fait des progrès. Est-il important de le faire? Passe-t-on à côté de certaines occasions? Je pense, entre autres, aux vins de glace, aux produits de Charlevoix, aux canards de la ville de Lac-Brome. Est-ce important de certifier les produits du terroir et de se les approprier?

**M. Buckingham :** Cet aspect est très important. Je crois que le Québec a bien démarré. Tous les quatre ans, j'écris un livre sur le droit de l'alimentation du Canada. De 2014 à 2018, on a désigné au Québec cinq fois plus de termes valorisants. C'est un bon départ. Il faut maintenant faire de même dans le reste du Canada. On a le vin de glace et le Vintners Quality Alliance de la Colombie-Britannique. Pour avoir une étiquette durable, il faut aller dans cette direction. À mon avis, l'avenir en dépend. Il faut s'adapter, sinon on passera à côté de ces occasions.

**M. Le Vallée :** En ce moment, il y a très peu de dispositifs en place. C'est une bonne voie à prendre, absolument.

**La sénatrice Petitclerc :** Merci.

[*Traduction*]

**Le sénateur R. Black :** Monsieur Buckingham, dans le cadre de votre tournée du Canada, avez-vous eu l'impression que les gens étaient certains d'atteindre les objectifs du rapport Barton d'ici 2025?

Est-ce que c'est ce que vous avez entendu?

**M. Buckingham :** La semaine prochaine, nous allons publier un rapport sur nos consultations et notre premier point est : oui, c'est possible. Tous croyaient que nous allions atteindre les 75 milliards de dollars et nous nous sommes même demandé si l'objectif était assez ambitieux.

**M. Le Vallée :** Nous pouvons dépasser cela.

**M. Buckingham :** Je serai heureux de transmettre notre rapport aux membres du comité la semaine prochaine.

**La présidente :** Oui, s'il vous plaît.

**Senator R. Black:** Mr. Le Vallée, I have a question about front-of-package labelling. Will it affect our global market?

**Mr. Le Vallée:** It will affect our domestic market. It will affect our industry's ability to invest in other areas like skills, innovation and adding value because it will cost them. According to the 2016 Agriculture and Agri-food Canada report, the changes will cost $1.8 billion.

**Senator R. Black:** While it will affect our domestic markets, that in turn could affect research and development, et cetera?

**Mr. Le Vallée:** Yes, and the benefits of having front-of-package labelling are not clear in terms of health outcomes and changes in consumption patterns.

**The Chair:** Mr. Buckingham, you mentioned that you will send us a copy of your report.

**Mr. Buckingham:** Absolutely.

**The Chair:** Send it to the clerk and he will distribute it to the rest of the panel.

I have one question, Mr. Le Vallée. You mentioned a report done by the Conference Board of Canada on supply management. You said that it could be a detriment to greater participation in the world market.

**Mr. Le Vallée:** The dairy market.

**The Chair:** The world dairy market.

**Mr. Le Vallée:** Yes.

**The Chair:** Would you also make a copy of that report available to the clerk so that we can all see it?

**Mr. Le Vallée:** Yes. We also developed a food strategy for the country in 2014, which might be of interest to the committee.

**The Chair:** We would love to see it. Please send that to us also. We would greatly appreciate getting all that material.

Your presentations were very interesting. There were lots of great questions. I know we could have stayed here a lot longer, but there is another panel coming up next.

**Le sénateur R. Black :** Monsieur Le Vallée, j'ai une question au sujet de l'étiquetage sur le devant de l'emballage : est-ce qu'il aura une incidence sur le marché mondial?

**M. Le Vallée :** Il aura une incidence sur notre marché national et sur la capacité de notre industrie à investir dans d'autres domaines comme les compétences et l'innovation, et d'ajouter de la valeur, en raison des coûts. Selon le rapport d'Agriculture et Agroalimentaire Canada de 2016, les changements coûteront 1,8 milliard de dollars.

**Le sénateur R. Black :** S'il a une incidence sur les marchés nationaux, cela pourrait aussi toucher la recherche et le développement, et d'autres domaines?

**M. Le Vallée :** Oui et les avantages de l'étiquetage sur le devant de l'emballage ne sont pas clairs en ce qui a trait aux effets sur la santé et aux changements dans les habitudes de consommation.

**La présidente :** Monsieur Buckingham, vous avez dit que vous nous enverriez une copie de votre rapport.

**M. Buckingham :** Oui.

**La présidente :** Veuillez la transmettre au greffier, qui le distribuera aux membres du comité.

J'ai une question pour vous, monsieur Le Vallée. Vous avez parlé d'un rapport du Conference Board du Canada sur la gestion de l'offre. Vous avez dit qu'elle pouvait nuire à notre participation accrue au marché mondial.

**M. Le Vallée :** Le marché du lait.

**La présidente :** Le marché mondial des produits laitiers.

**M. Le Vallée :** Oui.

**La présidente :** Pourriez-vous également transmettre une copie de ce rapport au greffier afin que nous puissions tous le voir?

**M. Le Vallée :** Oui. Nous avons aussi élaboré une stratégie alimentaire pour le pays en 2014, qui pourrait intéresser le comité.

**La présidente :** Nous aimerions la voir. Veuillez nous la transmettre également, s'il vous plaît. Nous vous en serions très reconnaissants.

Vos témoignages étaient très intéressants, et les bonnes questions étaient nombreuses. Je sais que nous aurions pu continuer un peu, mais nous devons passer à la deuxième partie de notre réunion.

We have a new panel consisting of one person. From the Canadian Federation of Independent Business, we have Corinne Pohlmann, Senior Vice President, National Affairs and Partnerships.

We invite you to make your presentation.

**Corinne Pohlmann, Senior Vice President, National Affairs and Partnerships, Canadian Federation of Independent Business:** Thank you very much for the opportunity to be here today to share some insights from our agribusiness members on innovation and competitiveness.

You should have a slide presentation in front of you that I would like to walk you through over the next few minutes.

First, CFIB is a not-for-profit, non-partisan organization that represents 110,000 small and medium size businesses across Canada. About 15 years ago we decided to add some extra policy resources dedicated to agribusiness as we felt it was important to highlight some of the unique issues that face businesses involved in agriculture and food processing.

Of our 7,200 members involved in agribusiness, 80 per cent are primary producers. Almost half of them are involved in exporting, and many are focused on value-added initiatives.

Let's look at some context around the current economic climate for smaller companies in Canada. In May, CFIB's business barometer stood at 62.5, which means that 62.5 per cent of small businesses in Canada expect their businesses to do better a year from now. It is a type of optimism score. We would like to see that index between 65 and 70 when the economy is growing at its potential.

Now let's look at the business barometer index by sector. Agriculture sits far below the national average at 55.1 per cent, the third lowest among all sectors. The good news is that its score is going up, but this survey was done prior to many of the trade escalations that have just occurred. This may change when we release our next barometer at the end of June.

What is keeping our agribusiness members from growing or producing more? It is primarily a shortage of both skilled and unskilled labour that is an issue for agribusiness. In fact, recent changes to the Temporary Foreign Worker Program are causing some difficulties in delaying the arrival of seasonal workers and making it even more difficult for these businesses to compete.

Pour la deuxième partie de la réunion, nous allons entendre un seul témoin. Il s'agit de Corinne Pohlmann, qui est vice-présidente principale des affaires nationales et des partenariats pour la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.

Nous vous invitons à faire votre déclaration préliminaire.

**Corinne Pohlmann, vice-présidente principale, Affaires nationales et partenariats, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante :** Je vous remercie de m'avoir invitée ici, aujourd'hui, et de me donner l'occasion de partager avec vous le point de vue de nos membres sur l'innovation et la concurrence.

Vous devriez avoir la copie d'un diaporama sous les yeux. Je vais le passer en revue avec vous au cours des prochaines minutes.

Tout d'abord, la FCEI est une organisation non partisane sans but lucratif qui représente 110 000 petites et moyennes entreprises du Canada. Il y a environ 15 ans, nous avons décidé d'affecter des ressources stratégiques supplémentaires à l'agroentreprise, parce qu'à notre avis, il était important de souligner quelques-uns des enjeux particuliers auxquels sont confrontées les entreprises du domaine de l'agriculture et de la transformation des aliments.

Parmi nos 7 200 membres qui participent à l'agroentreprise, 80 p. 100 sont des producteurs primaires. Près de la moitié d'entre eux sont des exportateurs, et bon nombre d'entre eux se centrent sur les initiatives à valeur ajoutée.

J'aimerais que nous examinions le contexte associé au climat économique actuel pour les petites entreprises du Canada. En mai, le baromètre commercial de la FCEI se situait à 62,5, ce qui signifie que 62,5 p. 100 des petites entreprises du Canada s'attendent à ce que leur entreprise connaisse une meilleure année à partir de maintenant. Il s'agit d'une cote d'optimisme, si l'on veut. Nous aimerions que cet indice se situe entre 65 et 70 lorsque l'économie atteindra son plein potentiel.

Regardons maintenant l'indice du Baromètre des affaires par secteur. L'agriculture se situe nettement en dessous de la moyenne nationale avec un indice de 55,1 p. 100, soit le troisième rang à partir du bas parmi tous les secteurs. La bonne nouvelle, c'est que l'indice est en hausse, mais l'étude a été réalisée avant bon nombre des escalades commerciales qui viennent de se produire. La situation pourrait avoir changé lorsque nous publierons notre prochain baromètre à la fin du mois de juin.

Qu'est-ce qui empêche nos membres des industries agricoles de croître ou de produire plus? C'est principalement attribuable à une pénurie de main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée. En fait, les changements apportés récemment au Programme des travailleurs étrangers temporaires causent des problèmes en

retardant l'arrivée des travailleurs saisonniers, de sorte que ces entreprises ont encore plus de mal à soutenir la concurrence.

Also mentioned is foreign competition. This is why we need to make sure our producers and processors have the people and resources they need to be competitive both domestically and internationally.

Il a aussi été question de concurrence étrangère. C'est pour cette raison que nous devons nous assurer que nos producteurs et transformateurs ont les travailleurs et les ressources dont ils ont besoin pour être compétitifs tant au pays qu'à l'étranger.

Also causing concern are input costs. For agribusiness members, it is the cost of energy as well as the costs related to taxes and regulations that raise the most concern. It is more the latter issue I will be talking a bit more about.

Les coûts des intrants sont également une source de préoccupation. Pour les membres de l'industrie agroalimentaire, ce sont les coûts de l'énergie ainsi que ceux qui sont liés aux taxes et aux règlements qui suscitent le plus d'inquiétudes. Je parlerai davantage du dernier point.

Despite these challenges agribusiness owners want to grow, with 44 per cent looking to adopt new innovative technologies and practices, 42 per cent wanting to expand the size of their operations, and more than one in four looking to adopt value-added initiatives.

Malgré ces défis, les propriétaires d'entreprises agrocommerciales veulent se développer : 44 p. 100 d'entre eux souhaitent adopter de nouvelles technologies et pratiques novatrices; 42 p. 100 veulent augmenter la taille de leurs opérations; et plus d'un sur quatre aimerait lancer des initiatives à valeur ajoutée.

To achieve all these things they need to be competitive. This is where they look to government to create the conditions to help them get there. Most important to them is finding ways to reduce the total tax burden, regulations and red tape. Also important to more than one-third is increasing market access through international trade agreements and increasing focus on industry research, development and innovation.

Pour y parvenir, les entreprises doivent être compétitives. Elles se tournent donc vers le gouvernement pour qu'il crée les conditions qui les aideront à y arriver. Le plus important, pour elles, est que le gouvernement trouve des moyens de réduire le fardeau fiscal global, la réglementation et les formalités administratives. Un autre facteur important pour plus du tiers d'entre elles est d'avoir un meilleur accès aux marchés grâce à des accords commerciaux internationaux et à un accent accru sur la recherche, le développement et l'innovation dans l'industrie.

I have already noted a couple of times that red tape can be a big problem for agribusiness. In fact, 73 per cent say that red tape holds them back from innovating in their business.

J'ai déjà mentionné à quelques reprises que la bureaucratie peut être un gros problème pour l'industrie agroalimentaire. En fait, 73 p. 100 des répondants affirment que les formalités administratives les empêchent d'innover dans leur entreprise.

To get a sense of why they may feel this way becomes more obvious when you consider almost two-thirds of agribusiness members have experienced major or minor delays caused by regulations, far higher than for most other types of businesses in Canada.

On comprend mieux pourquoi ils se sentent ainsi si l'on considère que près des deux tiers de nos membres d'entreprises agroalimentaires ont subi des retards importants ou mineurs en raison de la réglementation. Cette proportion est beaucoup plus importante dans l'industrie que pour la plupart des autres secteurs d'activité au Canada.

This is a big deal. Governments need to get a handle on red tape and dealing with it because not only is it getting worse but it adds significant stress to their lives, reduces productivity in their business and discourages them from growing their business. All these factors are even more pronounced for those in agriculture. Probably the most discouraging is that more than one-third of agribusiness members and almost half of all businesses would not advise their children to start a business given the current burden of regulations on their businesses.

Ce n'est pas rien. Les gouvernements doivent prendre en main la situation des formalités administratives et s'en occuper parce qu'en plus de s'aggraver, elle ajoute un stress important à leur vie, réduit la productivité de leur entreprise et les dissuade de faire croître leur entreprise. Tous ces facteurs sont encore plus marqués dans le milieu agricole. Ce qui est probablement le plus décourageant, c'est que plus du tiers des membres de l'industrie agroalimentaire, et près de la moitié de toutes les entreprises ne conseilleraient pas à leurs enfants de démarrer une entreprise, étant donné le fardeau actuel de la réglementation sur leur entreprise.

Based on this feedback from agribusiness owners themselves, a significant proportion want to grow and be innovative. Taxation and red tape are significant barriers to achieving those goals. Governments can provide agribusiness with technology tools, marketing campaigns, certifications and IP strategies that may be of some assistance to some companies and probably will be. The biggest thing governments can do is make regulatory reform and red tape reduction priorities and look at ways to reduce the overall tax burden.

À la lumière de ces commentaires des propriétaires d'entreprises agrocommerciales eux-mêmes, il semble que bon nombre d'entre eux veulent se développer et être novateurs. La fiscalité et la bureaucratie sont des obstacles importants à la réalisation de ces objectifs. Les gouvernements peuvent fournir à cette industrie des outils technologiques, des campagnes de marketing, des certifications et des stratégies de propriété intellectuelle qui pourraient être utiles à certaines entreprises, et qui le seront probablement. La plus grande chose que les gouvernements peuvent faire, c'est d'établir des priorités en matière de réforme réglementaire et de réduction des formalités administratives, et de trouver des façons de réduire le fardeau fiscal global.

I want to highlight that regulatory reform is not about deregulating but about making the regulatory environment more user friendly and improving the ease of working with government. This could include simplifying existing regulations, eliminating unnecessary regulations, clearly communicating those regulations, improving government customer service, and providing examples to business owners of what constitutes compliance.

Je tiens à souligner que la réforme de la réglementation ne consiste pas à déréglementer, mais plutôt à rendre l'environnement réglementaire plus convivial et à faciliter la collaboration avec le gouvernement. Cela pourrait inclure la simplification des règlements existants, l'élimination de ceux qui sont inutiles, la communication claire des règlements, l'amélioration du service à la clientèle du gouvernement et la fourniture d'exemples de conformité aux propriétaires d'entreprise.

A great first step was taken last year with the Canadian Free Trade Agreement. We need to show a more concerted effort by all levels of government to find ways to use this forum to reduce those trade barriers within Canada, and we need to do it quickly.

Un excellent premier pas a été franchi l'année dernière avec l'Accord de libre-échange canadien. Nous devons montrer que toutes les instances gouvernementales déploient des efforts concertés pour trouver des façons d'utiliser ce forum afin de réduire, et rapidement, les obstacles au commerce au sein du pays.

There are many ways government can also address the total tax burden. We would suggest dealing with some of the outstanding issues remaining around the federal corporate tax changes on private corporations. This could include potentially delaying the income sprinkling rules until at least 2019 or 2020, which was a recommendation of the Senate Finance Committee; exempting spouses from income sprinkling rules altogether; and grandfathering existing passive investments from the new passive investment income rules.

Le gouvernement peut également s'occuper du fardeau fiscal total de nombreuses façons. Nous suggérons de régler certaines des questions en suspens relatives aux modifications de l'impôt des sociétés fédéral, qui touchent les sociétés privées. Cela pourrait inclure le report éventuel des règles sur la répartition des revenus au moins jusqu'en 2019 ou 2020, ce qui était une recommandation du Comité sénatorial des finances; l'exonération complète des conjoints des règles sur la répartition des revenus; et le respect des droits acquis sur les investissements passifs existants, par rapport aux nouvelles règles sur les revenus tirés de l'investissement passif.

Government may also want to consider increasing the capital cost allowance for agricultural equipment to more closely resemble the depreciation rates in the United States. It may want to allow businesses to expense the first $100,000 in equipment purchases every year, similar to the U.S. expense deduction bill that allows U.S. companies to deduct up to $1 million now in equipment within the first year of purchase.

Le gouvernement pourrait aussi augmenter la déduction pour amortissement sur le matériel agricole afin de se rapprocher davantage des taux de dépréciation des États-Unis. Il pourrait permettre aux entreprises d'imputer à l'exercice les premiers 100 000 $ d'achats d'équipement chaque année, à l'instar du projet de loi américain sur les déductions pour dépenses qui permet désormais aux entreprises américaines de déduire jusqu'à 1 million de dollars d'équipement au cours de la première année d'achat.

Also, we could look at ways to help lower payroll costs and assist those businesses with the costs of hiring and training. Here we consider putting in place things like a permanent lower EI rate for smaller companies and/or an EI holiday for youth hiring.

De plus, nous pourrions chercher des moyens de réduire les coûts salariaux et d'aider les entreprises à assumer les coûts d'embauche et de formation. Nous envisageons ici de mettre en place des mesures comme un taux d'assurance-emploi inférieur en permanence pour les petites entreprises, ou des congés d'assurance-emploi pour l'embauche de jeunes.

These are some of the ways that governments can help those in agribusiness and the value-added food sector be more competitive in both the Canadian and international markets.

Ce sont quelques-unes des façons dont les gouvernements peuvent aider les entreprises agroalimentaires et le secteur des aliments à valeur ajoutée à être plus concurrentiels sur les marchés canadiens et internationaux.

I look forward to our discussion.

J'attends nos échanges avec impatience.

**The Chair:** Thank you for giving so many specific recommendations. That is very helpful.

**La présidente :** Merci de nous avoir donné autant de recommandations aussi précises. C'est très utile.

[*Translation*]

[*Français*]

**Senator Maltais:** Thank you, Ms. Pohlmann. You have written an excellent brief that summarizes the comments of many speakers who have appeared before you. Congratulations; it is very simple, but very clear. It addresses specific points.

**Le sénateur Maltais :** Merci, madame Pohlmann. Vous avez rédigé un excellent mémoire qui résume les propos de nombreux intervenants qui ont comparu avant vous. Je vous félicite : il est très simple, mais très clair. Il a la qualité d'aborder des points précis.

It is obvious that paperwork and taxes are time-consuming for small producers who don't necessarily have the means to hire professional accountants. We call them "nuisances" because this aspect takes up too much time. Regulation is also appalling and takes up a lot of time.

Il est évident que la paperasse et les impôts prennent beaucoup de temps aux petits producteurs qui n'ont pas nécessairement les moyens d'engager des comptables professionnels. Chez nous, on les appelle des « empêcheurs de tourner en rond », car cet aspect consomme beaucoup trop de temps. La réglementation, c'est épouvantable aussi et ça consomme énormément de temps.

When it comes to increasing the capital cost allowance rate, we are in complete agreement with you; this has been submitted to us since we began working on this.

Lorsqu'il s'agit d'augmenter le taux de déduction pour amortissement, on est tout à fait d'accord avec vous, cela nous a été soumis depuis le début de notre travail sur ce dossier.

One particular point I'd like to discuss with you is labour. Of course, many foreign workers are called upon in Canada, especially for SMEs, small produce growers, whether it is for berry picking, such as strawberries, blueberries and raspberries, or for onions and lettuce. Once the labour force is trained, unfortunately, the season passes, and they return home. The following year, when they return, they aren't necessarily on the same farm or in the same agricultural sector where they were trained. So producers are always school teachers. Every year, they take out their blackboard and chalk, which isn't productive for them. Is there something to help small farmers ensure that the labour they have trained will return to them the next season?

Un point particulier que je veux traiter avec vous, c'est celui de la main-d'œuvre. Bien entendu, on fait appel à de nombreux travailleurs étrangers au Canada, surtout pour les PME, les petits maraîchers, que ce soit pour la cueillette de petits fruits, comme les fraises, les bleuets et les framboises, ou pour les oignons et la laitue. Une fois la main-d'œuvre formée, hélas, la saison passe, et ils retournent chez eux. L'année suivante, lorsqu'ils reviennent, ce n'est pas nécessairement à la même ferme ni dans le même secteur agricole où ils avaient été formés. Le producteur est donc sans cesse professeur d'école. Chaque année, il sort son tableau et sa craie, ce qui n'est pas productif pour lui. Est-ce qu'il y aurait un truc pour permettre aux petits agriculteurs de s'assurer que la main-d'œuvre qu'ils ont formée reviendra chez eux à la prochaine saison?

[*English*]

[*Traduction*]

**Ms. Pohlmann:** You've hit upon one of the big frustrations of many small farmers. Again, it goes back to government rules.

**Mme Pohlmann :** Vous mettez le doigt sur l'une des grandes frustrations de nombreux petits agriculteurs. Cela revient encore ici aux règles du gouvernement.

Many get the same people back every year. It is not uncommon for that to happen in the Seasonal Agricultural Workers Program, but I don't know if there is a way that can be guaranteed from year to year.

Beaucoup d'agriculteurs accueillent les mêmes personnes d'année en année. Ce n'est pas rare dans le Programme des travailleurs agricoles saisonniers, mais je ne sais pas s'il y a moyen de le garantir chaque saison.

I don't have an answer to the particular question, other than government helping to find ways to try to bring the same people back. If the same people are applying year over year, maybe the same producers should be able to access those workers if the relationship worked well.

Je n'ai pas de réponse à cette question précise, si ce n'est que le gouvernement doit aider à trouver des moyens de ramener les mêmes personnes. Si les mêmes travailleurs font des demandes d'une année à l'autre, les mêmes producteurs devraient peut-être avoir accès à ces personnes, dans le cas où la relation fonctionnait bien.

I know there is a lot of controversy around these programs with respect to how well these workers are treated. We support having inspections done and making sure everything is working the way it should, as long as it doesn't interfere with the activities of the farm.

Je sais que ces programmes suscitent énormément de controverse en ce qui a trait au traitement des travailleurs. Nous sommes favorables à ce que des inspections soient effectuées pour veiller à ce que tout fonctionne comme il se doit, à condition que cela ne nuise pas aux activités de la ferme.

Again, I don't think there is a simple solution to that. The cost of training is something with which every business owner has to struggle. The more you can bring back people who will be doing the same thing every year is an important way to deal with it.

Encore une fois, je ne pense pas qu'il existe de solution simple à la situation. Le coût de la formation est un enjeu qui touche chaque propriétaire d'entreprise. Un moyen important pour s'y attaquer consisterait à ramener plus de travailleurs qui feront la même chose chaque année.

[*Translation*]

[*Français*]

**Senator Maltais:** There are two categories there. There is the small producer who will employ four or five foreign workers, who come back because they were given good lodging and were treated well, and they are used to the people.

**Le sénateur Maltais :** Il y a deux catégories là-dedans. Il y a le petit producteur qui va employer quatre ou cinq travailleurs étrangers, qui reviennent parce qu'ils sont bien logés et bien traités et qu'ils sont habitués aux gens.

However, in the case of a produce grower who may employ between 25 and 50 workers, it is mostly new workers who arrive. We know that the season for picking fruits and vegetables is short in Canada. Producers don't have the time to spend a week or two training workers, because they have fairly complex machinery and other details. It's really a handicap for these producers. How can we ensure that these producers can get back the same people they trained the year before? Do you have any recommendations for us on that?

Cependant, dans le cas d'un producteur maraîcher qui emploie peut-être entre 25 et 50 travailleurs, ce sont surtout de nouveaux travailleurs qui arrivent. On sait qu'au Canada, la saison est courte pour cueillir les fruits et les légumes. Le producteur n'a pas le temps de consacrer une ou deux semaines à la formation, parce qu'il a de la machinerie assez complexe et d'autres détails. C'est vraiment un handicap pour ces producteurs. Comment veiller à ce que ces producteurs puissent accueillir les mêmes personnes qu'ils ont formées l'année précédente? Avez-vous une recommandation à nous faire à ce sujet?

[*English*]

[*Traduction*]

**Ms. Pohlmann:** I don't have a specific recommendation. We obviously know the names of all the workers coming into Canada, and we knew who they worked for the previous year. Is there not a way to intersect the employers with the people they had in previous years?

**Mme Pohlmann :** Je n'ai pas de recommandation précise. Nous connaissons évidemment le nom de tous les travailleurs qui arrivent au Canada, et nous savons pour qui ils travaillaient l'année précédente. N'y a-t-il pas moyen de jumeler les employeurs avec les gens qu'ils ont accueillis les années précédentes?

I suspect many of the workers would prefer to go back to a place they know. They know the equipment. They know the tools. They can jump right in as well. It seems to be a win-win situation in my mind, if there is a willingness on both parts to bring back the same people.

Je suppose que beaucoup de travailleurs préféreraient retourner dans un lieu familier. Ils connaissent l'équipement et les outils. Ils peuvent également commencer directement. Il me semble que c'est avantageux pour tout le monde, s'il y a une volonté des deux côtés d'embaucher les mêmes personnes.

The piece of it that has to make that happen is the government. The government has put processes in place. Unfortunately, sometimes those processes work against the farmer and the worker. Maybe we need to find more effective ways to ensure that link is happening appropriately.

*[Translation]*

**Senator Maltais:** Would you agree with our including that recommendation to our report?

*[English]*

**Ms. Pohlmann:** Yes, I agree. If we can find ways to bring back people from year to year who have already been trained on a farm, it would definitely be welcomed by many producers out there.

*[Translation]*

**Senator Maltais:** Thank you very much.

*[English]*

**Senator Doyle:** To follow up on Senator Maltais' question, overall, are there fewer temporary foreign workers coming into our country today than previously? Are there any negatives that are causing a slowdown in the competition from other groups?

**Ms. Pohlmann:** Much of the slowdown in the Temporary Foreign Worker Program began a few years ago when many changes were made to that program back in 2014 or so.

That was when you really saw the slowdown happen. It became much more restrictive in terms of how you could bring people in. It became more expensive. It went from being basically being free or $100 to get a temporary foreign worker to $1,000 per application. Even if you are rejected, you lose the $1,000. For a smaller company, it can sometimes be difficult. I think those numbers did come down.

There are all kinds of different types of temporary foreign workers. The ones we usually focus on are the ones that tend to be considered lower skilled and working in the agricultural, retail or hospitality sector. Those have definitely come down because of the rules that were in place in 2014.

Other categories may be the same or have even gone up, but the particular area on which our members are most reliant to operate their businesses, in my understanding, has come down over the years.

**Senator Doyle:** Would they be free to take the same as our own workers who did similar work?

C'est le gouvernement qui doit rendre cela possible. C'est lui qui a mis en place les procédures. Malheureusement, il arrive que celles-ci soient défavorables à l'agriculteur et au travailleur. Peut-être, devons-nous trouver des moyens plus efficaces de faire en sorte que ce lien se fasse correctement.

*[Français]*

**Le sénateur Maltais :** Est-ce que vous seriez d'accord pour que nous insérions cette recommandation dans notre rapport?

*[Traduction]*

**Mme Pohlmann :** Oui, je suis d'accord. Si nous pouvons trouver des moyens de ramener d'année en année les travailleurs qui ont déjà été formés sur une ferme, ce serait certainement apprécié de nombreux producteurs.

*[Français]*

**Le sénateur Maltais :** Merci beaucoup.

*[Traduction]*

**Le sénateur Doyle :** Pour faire suite à la question du sénateur Maltais, y a-t-il aujourd'hui moins de travailleurs étrangers temporaires qui viennent au pays, dans l'ensemble? Y a-t-il des aspects négatifs qui causent un ralentissement en raison de la concurrence d'autres groupes?

**Mme Pohlmann :** Une bonne partie du ralentissement du Programme des travailleurs étrangers temporaires a commencé il y a quelques années, lorsque de nombreux changements y ont été apportés vers 2014.

C'est vraiment à ce moment qu'on a constaté le ralentissement. La façon de faire venir les gens est devenue beaucoup plus restrictive. C'est plus cher. C'est essentiellement passé de la gratuité ou 100 $ pour obtenir un travailleur étranger temporaire à 1 000 $ par demande. Même si la demande est rejetée, les 1 000 $ sont perdus. Cette perte peut être difficile pour une petite entreprise. Je pense que ces chiffres ont diminué.

Il y a toutes sortes de travailleurs étrangers temporaires. Ceux auxquels nous nous attardons habituellement sont ceux qui sont considérés comme peu qualifiés et qui travaillent dans les secteurs de l'agriculture, de la vente au détail ou de l'hôtellerie. Leur nombre a bel et bien chuté en raison des règles de 2014.

D'autres catégories de travailleurs sont demeurées identiques ou ont même augmenté, mais je crois savoir que la catégorie particulière sur laquelle nos membres comptent le plus pour exploiter leur entreprise a diminué au fil des ans.

**Le sénateur Doyle :** Seraient-ils libres de faire la même chose que pour nos travailleurs qui occupent un emploi semblable?

**Ms. Pohlmann:** You are required. The government tells you what you pay those temporary foreign workers. You cannot bring in temporary foreign workers and pay them less than a certain amount because the government tells you how much you have to pay them.

We have had circumstances in the past where they are paying their temporary foreign workers more than their Canadian employees because they might be in a jurisdiction where the local economy might be somewhat lower than it is in the broader employment regions. It doesn't happen often, but it does happen.

They are definitely paid at least the same amount, if not more, as their Canadian workers.

**Senator Doyle:** Food safety is important for health and a healthy reputation of our exported products.

How does Canada's food inspection compare with those of our allies or competitors? Is it good?

**Ms. Pohlmann:** I will start by saying that food safety is paramount to our agribusiness members. It is absolutely essential. When I talk about things like reducing red tape or regulations, it has nothing to do with making food safety less important. That is still critical for everyone.

Food safety in Canada is of high quality. Sometimes there is some frustration, though, that the bureaucratic process around food safety is unnecessary.

It's not so much that they are being inspected. In fact I think there is every intention and will to do that. Rather, it is sometimes the duplication of efforts or the length of time it takes for things to go through a process. That's what frustrates food processors and those who produce food in Canada.

**Senator Doyle:** Are our nutritional labelling requirements consistent with those of other countries? Are we stricter or looser in that regard?

**Ms. Pohlmann:** I don't know exactly. When it comes to front-of-package labelling, concerns have been raised with us by our members. It's somewhat on the cost, but not as much on that. It's more on how some types of foods will be labelled as being bad when there are other elements of the food that are quite good. Things like yogurt and ground beef are considered high fat but will have other elements that are still quite healthful.

That is more the concern of many of the members we deal with when it comes to some of that labelling.

**Mme Pohlmann :** C'est une obligation. Le gouvernement dicte combien il faut payer ces travailleurs étrangers temporaires. Vous ne pouvez pas faire venir des travailleurs étrangers temporaires, puis les payer moins qu'un montant donné, car le gouvernement dicte combien vous devez leur verser.

Il est déjà arrivé que des employeurs payent leurs travailleurs étrangers temporaires plus que leurs employés canadiens, parce qu'ils se trouvaient dans une région où l'économie locale était peut-être un peu plus faible que celle des grandes régions d'emploi. Cela n'arrive pas souvent, mais c'est possible.

Ils sont certainement payés au moins la même chose, sinon plus que les travailleurs canadiens.

**Le sénateur Doyle :** La salubrité des aliments est importante pour la santé et la bonne réputation de nos produits exportés.

Où se situe l'inspection des aliments au Canada par rapport à celle de nos alliés ou de nos concurrents? Sommes-nous bons?

**Mme Pohlmann :** Je commencerai par dire que la salubrité des aliments est primordiale pour nos membres de l'industrie agroalimentaire. C'est absolument essentiel. Quand je parle de choses comme la réduction des formalités administratives ou de la réglementation, cela ne diminue en rien l'importance de la salubrité des aliments. C'est toujours essentiel pour tout le monde.

Les normes de salubrité des aliments au Canada sont de haute qualité. En revanche, il y a parfois une certaine frustration du fait que le processus bureaucratique entourant la salubrité des aliments semble inutile.

Ce n'est pas tellement attribuable aux inspections. En fait, je pense que c'est pavé de bonnes intentions et de volonté. Au contraire, c'est parfois en raison du dédoublement des efforts ou du temps nécessaire pour les procédures. C'est ce qui contrarie les transformateurs d'aliments et ceux qui produisent de la nourriture au Canada.

**Le sénateur Doyle :** Nos exigences en matière d'étiquetage nutritionnel sont-elles conformes à celles d'autres pays? Sommes-nous plus ou moins stricts à cet égard?

**Mme Pohlmann :** Je ne le sais pas exactement. En ce qui concerne l'étiquetage sur le devant de l'emballage, nos membres ont exprimé certaines préoccupations. C'est quelque peu une affaire de coût, mais pas tant. Les inquiétudes portent plutôt sur la façon dont certains aliments seront étiquetés comme étant mauvais alors qu'ils contiennent d'autres éléments assez bons. Des produits comme le yogourt et le bœuf haché sont considérés comme riches en matières grasses, mais ils ont d'autres éléments qui sont encore très bons pour la santé.

C'est davantage ce qui préoccupe bon nombre de nos membres en ce qui a trait à l'étiquetage.

**Senator Doyle:** Thank you.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** Thank you, Ms. Pohlmann, for your presentation. I fully agree with you about the red tape. It needs to be lightened up. But would you have concrete examples to give us or recommendations that we could include in our report to reduce this well-known red tape that annoys farmers and doesn't serve them at all?

[*English*]

**Ms. Pohlmann:** As I mentioned, there are lots of principles we can look at. The Canadian Free Trade Agreement has created something called the RCT, or the regulatory cooperation table, which is bringing together the provinces and the federal government to look at what interprovincial areas are duplicative or causing issues between provinces.

That is one forum that needs to happen. We have been pushing them to focus on agri-food as one of the elements that needs to be addressed interprovincially across Canada. That's one practical form that already exists. It needs to be utilized and leveraged.

As I also mentioned in my presentation, we need to find ways to simplify and improve government customer service. Business owners are looking for clarity. They want to understand what they need to do to comply. That can sometimes be difficult.

Improving government customer service at the Canadian Food Inspection Agency would be a huge step forward. They have done a few things in recent years to accomplish that, but they are only starting to show in the marketplace. We are still waiting to see how much better it can become. That is a big one. That includes things like giving us examples of compliance.

If inspectors come to your farm or your processing plant and say that you are doing something incorrectly, they should have the ability to say how to do it correctly. Often they just say, "It's wrong; fix it," and then leave. Sometimes that leaves business owners wondering what they can do to make it right. They are not always able to provide that or are barely able to provide that.

It's little things that can make a huge difference. Part of it is cultural and getting the government folks who work on the other side of the table to not always apply the rules but also apply some practical advice on how to abide by those rules. Those are some of the practical things that can be done.

**Le sénateur Doyle :** Merci.

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** Merci, madame Pohlmann, pour votre présentation. Je suis tout à fait d'accord avec vous concernant la bureaucratie. Il faut l'alléger. Mais est-ce que vous auriez des exemples concrets à nous donner ou des recommandations à nous faire que l'on pourrait inclure dans notre rapport pour alléger cette fameuse bureaucratie qui embête les agriculteurs et ne les sert pas du tout?

[*Traduction*]

**Mme Pohlmann :** Comme je l'ai mentionné, il y a beaucoup de principes que nous pouvons examiner. L'Accord de libre-échange canadien a créé ce qu'on appelle la Table de conciliation et de coopération en matière de réglementation, qui réunit les provinces et le gouvernement fédéral pour examiner les enjeux interprovinciaux qui sont redondants ou qui créent des problèmes entre les provinces.

C'est une tribune nécessaire. Nous avons incité ses participants à cibler l'agroalimentaire comme étant l'un des éléments à aborder entre les provinces d'un bout à l'autre du Canada. C'est une forme pratique qui existe déjà. Il faut s'en servir et en tirer parti.

Comme je l'ai aussi mentionné dans mon exposé, nous devons trouver des moyens de simplifier et d'améliorer le service à la clientèle du gouvernement. Les propriétaires d'entreprise recherchent de la clarté. Ils veulent comprendre ce qu'ils doivent faire pour se conformer. Cela peut parfois être difficile.

Améliorer le service à la clientèle du gouvernement à l'Agence canadienne d'inspection des aliments serait un énorme progrès. Les responsables ont pris quelques mesures ces dernières années pour y arriver, mais cela commence à peine à se concrétiser sur le marché. Nous attendons toujours de voir à quel point les choses peuvent s'améliorer. C'est un gros volet. Cela comprend notamment, donner des exemples de conformité.

Si des inspecteurs se présentent à votre ferme ou votre usine de transformation, puis affirment que vous faites quelque chose de mal, ils devraient pouvoir expliquer comment rectifier le tir. Ils se contentent souvent de souligner le problème, de demander qu'il soit corrigé, puis de quitter les lieux. Parfois, les propriétaires d'entreprise se demandent bien ce qu'ils peuvent faire pour améliorer la situation. Ils ne sont pas toujours en mesure d'y arriver, ou sont à peine capables de le faire.

Ce sont de petites choses qui peuvent aider énormément. C'est en partie une question de culture; il faut inciter les fonctionnaires qui travaillent de l'autre côté de la table à ne pas toujours appliquer les règles, mais à donner aussi des conseils pratiques sur la façon de respecter ces règles. Ce sont quelques-unes des mesures pratiques qui peuvent être prises.

On a higher level, governments need to understand how many rules they are imposing on a business. We still don't understand the number of rules out there. Governments have tried. The Government of British Columbia, for example, counted all of the requirements, regulations and rules and kept tabs on them on an annual basis.

In Canada we have a baseline count, but it's not great at the federal level. We need to do a better job. If you don't measure it, you don't fix it. We need to measure it. That's a more important, higher level of strategy that we need to start thinking about as country to get a handle on red tape.

In B.C. alone, they came up with 400,000 requirements on a business there. That's just one level of government. Then you have the federal on top of that and municipal as well. It becomes huge, and we need to understand it in order to manage it.

[*Translation*]

**Senator Dagenais:** Thank you very much, Ms. Pohlmann. You've answered my question.

[*English*]

**The Chair:** As I mentioned earlier, you have given us some very concrete recommendations, and we greatly appreciate that.

Is there anything else you didn't put in your brief that you feel would be useful for this committee to receive?

**Ms. Pohlmann:** We have talked a bit about the Temporary Foreign Worker Program. I touched on it a bit. There are some issues right now that need to be looked at more closely.

They have upped the inspections at farms, in particular, and it is causing issues. It is not so much that everyone is opposed to being inspected, but it is the timing of it. They are delaying the onset of the seasonal workers to come into the farms as result of these inspections.

There needs to be an understanding of how this industry is affected, and that needs to be translated back to Immigration or ESDC officials that monitor it. That's an important piece.

As was mentioned in the last round, temporary foreign workers that come into Canada should have a pathway to permanent residency. Right now, they do not. We need to allow them the opportunity to become Canadians. They are doing jobs that are very difficult to fill. They become basically permanent

À un niveau supérieur, les gouvernements doivent comprendre le nombre de règles qu'ils imposent à une entreprise. Nous ne comprenons toujours pas pourquoi il y en a autant. Les gouvernements ont essayé d'agir. Par exemple, le gouvernement de la Colombie-Britannique comptabilise l'ensemble des exigences, des règlements et des règles, puis en prend note chaque année.

Nous avons une référence au Canada, mais elle n'est pas très bonne à l'échelle fédérale. Nous devons donc nous améliorer. Si vous ne mesurez pas la situation, vous ne pourrez pas la rectifier. Nous devons faire le compte. C'est une stratégie plus importante et plus globale à laquelle nous devons commencer à réfléchir en tant que pays pour prendre en main les formalités administratives.

En Colombie-Britannique seulement, le gouvernement a trouvé 400 000 exigences pour une entreprise. Or, ce n'est qu'une seule instance gouvernementale. Il faut ensuite y ajouter le fédéral et les municipalités. Cela devient énorme, et nous devons comprendre la situation pour la gérer.

[*Français*]

**Le sénateur Dagenais :** Merci beaucoup, madame, vous avez répondu à ma question.

[*Traduction*]

**La présidente :** Comme je l'ai mentionné plus tôt, vous nous avez fait des recommandations très concrètes, et nous vous en sommes très reconnaissants.

Y a-t-il autre chose que vous n'avez pas inclus dans votre mémoire et qui vous semblerait utile pour le comité?

**Mme Pohlmann :** Nous avons un peu parlé du Programme des travailleurs étrangers temporaires. J'ai abordé brièvement le sujet. Il y a des problèmes en ce moment qu'il faut examiner de plus près.

Les responsables ont augmenté le nombre d'inspections sur les fermes en particulier, ce qui cause des problèmes. Ce n'est pas tellement que tout le monde s'oppose à subir une inspection, mais plutôt que le moment est mal choisi. Ces inspections retardent l'arrivée des travailleurs saisonniers sur les fermes.

Il faut comprendre la mesure dans laquelle cette industrie est touchée, une information qui doit retourner aux responsables d'Immigration ou d'Emploi et Développement social qui surveillent la situation. C'est un volet important.

Comme on l'a mentionné au dernier tour, les travailleurs étrangers temporaires qui viennent au Canada devraient être admissibles à la résidence permanente. Ce n'est actuellement pas le cas. Nous devons leur donner la possibilité de devenir Canadiens. Ils occupent des postes très difficiles à pourvoir. Ils deviennent essentiellement des employés temporaires

temporary employees, and we need to make them permanent citizens as a result. I would also like to put that on the table.

**The Chair:** That's an excellent recommendation, as Senator Doyle just noted.

**Senator Oh:** You talk about temporary workers. Do Immigration and Agri-food Canada have a policy to work together? Otherwise, every department has their own policies that don't match or work effectively.

Temporary workers come here. They work. They pay taxes. They spend their money here. Then we are able to export and to increase productivity, and the government gets tax revenue from the corporations.

**Ms. Pohlmann:** There are issues occasionally. The Temporary Foreign Worker Program is interesting because the worker side is managed by Immigration but the employer side is managed by Employment and Social Development Canada. While they do work together, they don't always communicate well.

For example, the employer has to go to Employment and Social Development Canada to get permission to bring in a temporary foreign worker. They do what they call a labour market impact assessment.

They go into the business and say, "We need to understand whether you have made enough effort to get a Canadian into the job." They give them the rules for bringing in that person, and they have to pay $1,000 for that. Once they get an approval, they can go to find the worker. Then Immigration makes sure the worker's permit is correct and that the worker is eligible to come into Canada. That is how they work together.

What happens sometimes is that the worker permit may be running out. You can ask for renewal, but then your labour market impact assessment runs out. They don't always coincide. We have had instances where the worker permits expired before the labour market opinion came two days later that would allow them to keep them.

They do not always talk to each other well. There have been instances where there was a day or two between the two departments coming together on an issue that ended up sending a worker home early, when two days later they would have been allowed to stay in Canada. It can be frustrating when there is a lack of communication between those two.

permanents, et nous devons par conséquent en faire des citoyens permanents. Je voulais également soulever ce point.

**La présidente :** C'est une excellente recommandation, comme le sénateur Doyle vient tout juste de l'indiquer.

**Le sénateur Oh :** Vous parlez des travailleurs temporaires. Le ministère de l'Immigration et Agroalimentaire Canada ont-ils une politique de collaboration? Chaque ministère aurait autrement ses propres politiques qui ne concordent pas ou qui ne fonctionnent pas bien.

Les travailleurs temporaires viennent ici. Ils travaillent. Ils payent des impôts. Ils dépensent leur argent ici. Nous pouvons ensuite exporter nos produits et accroître la productivité, et le gouvernement reçoit les recettes provenant de l'impôt sur les sociétés.

**Mme Pohlmann :** Il y a parfois des problèmes. Le Programme des travailleurs étrangers temporaires est intéressant, car les questions relatives aux travailleurs sont gérées par le ministère de l'Immigration, mais celles qui se rapportent aux employeurs le sont par Emploi et Développement social Canada. Lorsqu'ils collaborent, la communication n'est pas toujours bonne.

À titre d'exemple, l'employeur doit s'adresser à Emploi et Développement social Canada pour obtenir la permission de faire venir un travailleur étranger temporaire. On fait alors ce qui s'appelle une étude d'impact sur le marché du travail.

On s'adresse à l'employeur pour déterminer s'il a déployé assez d'efforts pour offrir le poste à un Canadien. On donne les règles pour faire venir le travailleur, et l'employeur doit payer 1 000 $ à cette fin. Une fois l'approbation obtenue, il peut chercher le travailleur. Le ministère de l'Immigration s'assure ensuite que le permis du travailleur est en règle et qu'il est autorisé à venir au Canada. C'est de cette façon qu'ils travaillent ensemble.

Il arrive parfois que le permis du travailleur expire. On peut demander son renouvellement, mais l'étude d'impact sur le marché du travail arrive alors à échéance. Les dates ne coïncident pas toujours. Nous avons eu des cas où le permis du travailleur expire deux jours avant l'avis relatif au marché du travail qui permettrait à l'employeur de garder l'employé.

Les ministères ne communiquent pas toujours très bien. Il est arrivé qu'un ou deux jours de décalage dans un dossier obligent un travailleur à rentrer plus tôt chez lui, alors qu'il aurait été autorisé à rester au Canada deux jours plus tard. Le manque de communication entre les deux ministères peut être frustrant.

**Senator Oh:** I don't like the policy of government sometimes when the media brings up one case on a particular issue that affects the whole policy by saying, "We shouldn't bring in temporary workers because they are badly treated here."

That's a very small percentage, and the whole industry still needs the help of temporary workers.

**Ms. Pohlmann:** Correct. There is a lot of misinformation out there that temporary foreign workers are underpaid or not paid as much when in fact the salaries are set by the Canadian government. The employer is not the one that sets the salary. It is the government that does.

We've always been big advocates of allowing inspections. We believe there should be a workers' bill of rights when they are brought in so that they understand what are their rights and responsibilities.

Let's make sure we have this program and that it is still available to businesses that absolutely need it. There are many that do.

**Senator R. Black:** I have just a comment. I think we need to be clear that there are two issues. One, as you said, is an immediate concern where you're not able to bring in workers today because they are holding back some of the approvals. The bigger issue, though, is the whole program and the additional inspections, et cetera.

I am not sure our report can affect the first one because that should be done today. The larger one is maybe one that we can impact.

**The Chair:** We have one more question.

[*Translation*]

**Senator Maltais:** Ms. Pohlmann, farmers, it seems, rightly or wrongly, are concerned about the new carbon tax. Do you think this could affect the competitiveness of the small- and medium-sized farms you represent?

[*English*]

**Ms. Pohlmann:** Yes, I think it will. Their biggest competitors are American producers and American companies.

I'll give an example. On many farms, I know that just to run a combine for a day costs $1,000 in fuel today. Adding carbon tax on top of that will potentially make it much higher. Those are worries and the things these businesses have to think about when those carbon taxes come into place.

**Le sénateur Oh :** Je n'aime parfois pas la politique du gouvernement quand les médias mentionnent un cas précis qui a ensuite une incidence sur l'ensemble de la politique puisqu'on affirme que nous ne devrions pas faire venir des travailleurs temporaires parce qu'ils sont mal traités ici.

C'est un très petit pourcentage, et l'ensemble de l'industrie a encore besoin de l'aide de travailleurs temporaires.

**Mme Pohlmann :** En effet. Il y a beaucoup de désinformation selon laquelle les travailleurs étrangers temporaires sont sous-payés ou ne sont pas payés autant alors que dans les faits, les salaires sont établis par le gouvernement du Canada. Ce n'est pas l'employeur qui détermine le salaire, mais bien le gouvernement.

Nous avons toujours préconisé les inspections. Nous croyons qu'il devrait y avoir une charte des droits des travailleurs que ces personnes pourraient consulter à leur arrivée pour connaître leurs droits et leurs responsabilités.

Faisons le nécessaire pour avoir ce programme et pour que les entreprises qui en ont absolument besoin puissent s'en prévaloir. Elles sont nombreuses à le faire.

**Le sénateur R. Black :** J'ai juste une observation. Je pense qu'il faut préciser qu'il y a deux problèmes. Le premier, comme vous l'avez dit, est la préoccupation immédiate qui découle de l'incapacité à faire venir des travailleurs aujourd'hui parce qu'on tarde à transmettre des approbations. Le plus grand problème se rapporte toutefois à l'ensemble du programme, aux inspections supplémentaires et ainsi de suite.

Je ne sais pas si notre rapport peut avoir une incidence sur le premier, car il faudrait régler la question aujourd'hui. Nous pourrions peut-être contribuer à régler le plus gros problème.

**La présidente :** J'ai une autre question.

[*Français*]

**Le sénateur Maltais :** Madame Pohlmann, les agriculteurs, semble-t-il, à tort ou à raison, sont inquiets de la nouvelle taxe sur le carbone. Croyez-vous que cela puisse influer sur la compétitivité des petites et moyennes fermes que vous représentez?

[*Traduction*]

**Mme Pohlmann :** Oui, je pense que cela aura des répercussions. Leurs principaux concurrents sont des producteurs et des entreprises des États-Unis.

Je vais donner un exemple. Dans beaucoup de fermes, je sais que le carburant nécessaire pour utiliser une moissonneuse-batteuse pendant une seule journée coûte 1 000 $. L'ajout de la taxe sur le carbone pourrait augmenter grandement le montant déboursé. C'est le genre d'inquiétudes et de choses auxquelles

ces entreprises doivent penser lorsque les taxes sur le carbone entrent en vigueur.

It will vary from province to province. In some provinces there may be more of a worry than in others where it has already existed and has maybe been factored it in. Overall there is some concern about the impact of carbon taxes on overall input costs.

La taxe va varier d'une province à l'autre. Dans certaines provinces, on pourrait s'inquiéter davantage lorsque la taxe existe déjà et qu'on en a peut-être tenu compte. De façon générale, on s'inquiète de l'incidence de ces taxes sur le coût global des facteurs de production.

You will notice in the presentation I gave that when it came to input costs the number one worry was fuel and energy costs, and that's today.

Vous remarquerez que dans l'exposé que j'ai fait, la principale préoccupation liée au coût des facteurs de production était le prix du carburant et de l'énergie, et c'est en ce moment.

[*Translation*]

[*Français*]

**Senator Maltais:** If farmers are concerned, inevitably consumers will be the ones to foot the bill.

**Le sénateur Maltais :** Si les agriculteurs sont inquiets, inévitablement, ce sont les consommateurs qui paieront la facture.

[*English*]

[*Traduction*]

**Ms. Pohlmann:** Correct. That's the only way they can deal with it.

**Mme Pohlmann :** En effet. C'est la seule façon pour eux de l'assumer.

**Senator Woo:** Ms. Pohlmann, I am sure you're aware that on-farm fuel is excluded from the carbon framework.

**Le sénateur Woo :** Madame Pohlmann, vous savez certainement que le carburant agricole est exclu du cadre sur le carbone.

Can you at least correct the record to make sure we understand the bigger picture here? The revenues from the carbon pricing system will be returned to the provinces to invest in research and so on.

Pouvez-vous au moins rectifier les faits pour que nous comprenions bien la situation dans son ensemble? Les recettes provenant du système de tarification du carbone retourneront aux provinces pour investir dans la recherche et ainsi de suite.

A fuller story needs to be presented rather than the one you just gave us.

Il faut brosser un tableau plus complet que celui que vous venez tout juste de nous présenter.

**Ms. Pohlmann:** I am just sharing with you the data we have. I am not going to argue with you. You're correct.

**Mme Pohlmann :** Je ne fais que vous présenter les données que nous avons. Je ne vais pas me disputer avec vous. Vous avez raison.

**Senator Woo:** Is it correct that on-farm fuel is excluded from the carbon pricing framework?

**Le sénateur Woo :** Est-il vrai que le carburant agricole sera exclu du cadre de tarification du carbone?

**Ms. Pohlmann:** I believe so but I am not sure, to be honest.

**Mme Pohlmann :** Je crois que oui, mais je ne suis pas certaine, pour être honnête.

**Senator Woo:** Oh, you didn't know that.

**Le sénateur Woo :** Oh, vous ne le saviez pas.

**Ms. Pohlmann:** No, I did not.

**Mme Pohlmann :** Non, je l'ignorais.

**Senator Woo:** Thank you. I wanted to make sure the record is correct.

**Le sénateur Woo :** Merci. Je tenais à rectifier les faits pour le compte rendu.

**The Chair:** I think the way it was expressed was that it was a concern farmers had. That showed up in your document. It also showed up when we met with farm representative groups here.

**La présidente :** Je crois qu'on a dit que c'était une préoccupation des agriculteurs. C'est indiqué dans votre document. On l'a également mentionné lorsque nous avons rencontré ici des groupes formés de représentants des agriculteurs.

As has been rightly pointed out, different provinces have different regimes. Then there is the federal government fallback that will happen for the provinces that don't have an acceptable carbon regime in place already.

In the federal fallback, gasoline and diesel that are used on farm will be excluded from the carbon tax. It's not a rebate. It's excluded right at the front end.

Some of the provinces already have a regime in place. Some of them have a rebate. Some of them have an exemption at the front end. You're right about there being different things happening across the country.

Now, with the federal fallback for the provinces, this will not have an acceptable regime. It will make it a bit different.

**Senator Woo:** There is no ambiguity about the exclusion of on-farm fuel when it comes to gas and diesel, no ambiguity whatsoever, regardless of what the provinces might do.

A combine, to the extent that it is using diesel, would not be a suitable example in the case of the issue you have raised.

I accept that farmers are still worried. That is a legitimate concern, and we need to take that into account; but it's important that this committee not put forward inaccurate information which will mislead the Canadian public.

**The Chair:** Any further comments?

[*Translation*]

**Senator Maltais:** I think Senator Woo has got it right, except he forgot about the carbon tax on farmers. Some farmers need gas to dry their grain. Gas isn't excluded. So when we give information, we have to consider all the factors.

[*English*]

**Senator Woo:** We won't go further.

**The Chair:** Let's say it's complicated, and we'll leave it at that.

At this point I would like to thank our witness. It has been very interesting, with some great questions and comments.

After I adjourn the meeting I'd like to have a very brief in-camera session, so I will ask senators to stay around for a few minutes.

Comme on l'a correctement souligné, les régimes varient en fonction des provinces. Il y aura ensuite le dernier recours du gouvernement fédéral pour les provinces qui n'ont pas déjà en place un régime acceptable de tarification du carbone.

Dans le dernier recours fédéral, l'essence et le diésel utilisés dans une ferme ne seront pas assujettis à la taxe sur le carbone. Ce n'est pas un remboursement. C'est exclu dès le départ.

Certaines provinces ont déjà un régime en place. Certaines offrent un remboursement, tandis que d'autres ont une exemption applicable dès le départ. Vous avez raison d'affirmer que différentes mesures sont prises d'un bout à l'autre du pays.

Cela dit, dans le cadre du dernier recours fédéral auprès des provinces n'ayant pas de régime acceptable, la situation sera un peu différente.

**Le sénateur Woo :** Il n'y a pas d'ambiguïté sur l'exclusion du carburant agricole pour ce qui est de l'essence et du diésel, absolument aucune, peu importe ce que pourraient faire les provinces.

Une moissonneuse-batteuse, pourvu qu'elle fonctionne au diésel, ne constituerait pas un exemple convenable pour la question que vous avez soulevée.

J'accepte que les agriculteurs soient encore préoccupés. C'est une préoccupation légitime, et nous devons en tenir compte, mais il est important que notre comité ne présente pas de renseignements inexacts qui induiront en erreur la population canadienne.

**La présidente :** Quelqu'un a-t-il quelque chose à ajouter?

[*Français*]

**Le sénateur Maltais :** Je crois que le sénateur Woo a bien cerné la situation, sauf qu'il a oublié la taxe sur le carbone en ce qui concerne les agriculteurs. Certains agriculteurs ont besoin de gaz pour faire sécher leurs grains. Le gaz n'est pas exclu. Alors, quand on donne des renseignements, il faut tenir compte de l'ensemble des facteurs.

[*Traduction*]

**Le sénateur Woo :** Nous n'irons pas plus loin.

**La présidente :** Disons que c'est compliqué, et nous nous arrêterons ici.

Je souhaite maintenant remercier notre témoin. Les échanges se sont révélés très intéressants. Il y a eu d'excellentes questions et de très bonnes observations.

Après avoir levé la séance, j'aimerais poursuivre brièvement à huis clos, et je demande donc aux sénateurs de rester quelques minutes.

(The committee continued in camera.)

(La séance se poursuit à huis clos.)

WITNESSES

**Thursday, June 7, 2018**

*Canada Pork International:*

Martin Lavoie, President and Chief Executive Officer.

*Canadian Pork Council:*

Gary Stordy, Director, Government and Corporate Affairs.

*Canadian Vintners Association:*

Dan Paszkowski, President and Chief Executive Officer.

*Spirits Canada:*

Jan Westcott, President and Chief Executive Officer;

CJ Hélie, Executive Vice President.

**Thursday, June 14, 2018**

*The Conference Board of Canada:*

Jean-Charles Le Vallée, Associate Director, Food Horizons Canada.

*Canadian Agri-Food Policy Institute:*

Donald Buckingham, President and Chief Executive Officer;

Tulay Yildirim, Director of Research.

*Canadian Federation of Independent Business:*

Corinne Pohlmann, Senior Vice President, National Affairs and Partnerships.

TÉMOINS

**Le jeudi 7 juin 2018**

*Canada Porc International :*

Martin Lavoie, président et chef de la direction.

*Conseil canadien du porc :*

Gary Stordy, directeur, Affaires gouvernementales et corporatives.

*Association des vignerons du Canada :*

Dan Paszkowski, président et chef de la direction.

*Spirits Canada :*

Jan Westcott, président et chef de la direction;

CJ Hélie, vice-président exécutif.

**Le jeudi 14 juin 2018**

*Conference Board du Canada :*

Jean-Charles Le Vallée, directeur associé, Horizons alimentaires Canada.

*Institut canadien des politiques agroalimentaires :*

Donald Buckingham, président et chef de la direction;

Tulay Yildirim, directrice de recherche.

*Fédération canadienne de l'entreprise indépendante :*

Corinne Pohlmann, vice-présidente principale, Affaires nationales et partenariats.

**Available on the Internet: http://sencanada.ca**

**Disponible sur internet : http://sencanada.ca**